



## REVUE DE PRESSE

Avril, mai et juin 2025

Revue de presse réalisée à partir des revues et sites suivants :

- L'Officiel des Transporteurs
- Transport Info
- Les Routiers
- LSA Commerce & Consommation
- Les Échos
- Les Marchés

N'hésitez pas à nous adresser des coupures de revues concernant l'activité du transport et de l'entreposage frigorifique dans vos régions en nous les envoyant à l'adresse mail :

[info@lachainelogistiquedufroid.fr](mailto:info@lachainelogistiquedufroid.fr)

La diffusion de cette revue de presse se fait dans le cadre d'un contrat avec le CFC (centre français d'exploitation du droit de copie). En effet, en application de l'article I 122 10 du code de la propriété intellectuelle, la photocopie d'un article de presse ou d'un extrait d'ouvrage au sein d'une entreprise, d'une administration, d'une association ou d'une autre organisation constitue une reproduction d'œuvre protégée qui nécessite donc l'autorisation du CFC. La Chaine Logistique du Froid rappelle que la reproduction d'un article de presse ou d'une page de livre sans autorisation du CFC constitue un délit de contrefaçon qui est puni de 3 ans d'emprisonnement et d'une amende de 300 000 euros. Cette revue de presse est donc destinée à l'usage exclusif du destinataire.

# SOMMAIRE

## PREMIÈRE PARTIE – L’actualité des transporteurs et logisticiens frigorifiques

- **L’Officiel des Transporteurs**
  - Frigo tour : « La diversité des métiers du transport routier est méconnue »
  - Surgelés : À la découverte du couteau suisse de Sofrilog
  - Ben Ali Transport (59) : un nouveau venu en marche avant
  - 11 camions électriques livrés au groupe Malherbe
  - Livraison urbaine : les véhicules se diversifient
  - Ambassadeurs de l’emploi du transport et de la logistique : Quatre entreprises récompensées pour leurs actions en RH
  - Groupe Olano : Nicolas passe le relais à Jean-Michel
- **Les Échos**
  - Le délicat virage vers les camions électriques raconté par un patron français
  - Eonnet se renforcent dans le transport de produits agricoles
  - Transport : Jacky Perrenot se renforce en Grande-Bretagne
- **Transport Info**
  - Bastien Thirion, directeur des activités ferroviaires de Lahaye Global Logistics : “Rebasculer notre activité sur la route nécessiterait trois fois plus de conducteurs”

## DEUXIÈME PARTIE – L’actualité des donneurs d’ordres :

- **LSA Commerce & Consommation**
  - Surgelés : comment Findus espère doubler la part des repas surgelés des Français à horizon 10 ans
  - Tous les chiffres sur l'achat et la consommation de légumes surgelés
  - Grande distribution : le traiteur frais, un rayon à 8,5 milliards d'euros confronté à de nombreux défis
  - Tous les chiffres sur le surgelé sucré
  - Les ventes et l'offre du frais libre-service
  - Tendance de consommation : pourquoi la volaille séduit de plus en plus les Français
  - Pourquoi McCain mise sur la France pour produire les frites de McDonald’s
  - Produits festifs et de la mer : comment Labeyrie Fine Foods compte accroître de 30 % ses volumes en 3 ans
  - Vague de chaleur et canicule : tous les chiffres sur la consommation de glaces
  - Vague de chaleur et canicule : Picard, cette enseigne qui vend 100 glaces par minute
  - Coopérative U : Dominique Schelcher réélu PDG pour un deuxième mandat de six ans
  - Un ex-Monoprix passe chez Grand Frais : un recrutement stratégique pour Prosol
  - Pourquoi le surgelé séduit les européens [étude]
  - Consommation : les ventes de viande de bœuf se redressent progressivement
- **Les Échos**
  - Le marché de Rungis dédie un pavillon aux enjeux de souveraineté alimentaire
  - Intermarché se résout à fermer 30 magasins rachetés à Casino
  - Face à une consommation d'oeufs qui explose, les producteurs français peinent à suivre
  - Les Mulliez en ordre de bataille pour sauver le soldat Auchan
  - Après la France, Auchan poursuit sa cure de rigueur et ferme des supermarchés en Espagne
  - Consommation : une éclaircie en avril après un début d'année « très dur »

- Casino : la pression monte sur Kretinsky
- Alexandre Bompard, une année de tous les possibles pour Carrefour
- Califrais lève 10 millions d'euros pour décarboner l'approvisionnement sur le marché de Rungis
- Comment le marché de Rungis bataille pour s'agrandir dans le sud de l'Île-de-France
- Haropa Port et le MIN de Rungis s'unissent pour transporter les denrées alimentaires sur la Seine
- Les Français, consommateurs les plus fidèles des grandes marques en Europe
- Les recettes de Picard et de Grand Frais pour prendre la vague du fait maison
- Distribution : Kretinsky dans la dernière ligne droite pour le contrôle à 100 % de Metro
- Alimentation bio : la consommation repart malgré un recul dans la grande distribution
- Intermarché gagne son match contre E.Leclerc dans la reprise des magasins Colruyt
- « Nous étions un petit de la grande distribution. Nous devenons un géant de la petite distribution » : la périlleuse restructuration de Casino
- Auchan dévoile son nouveau concept de magasin pour sauver ses hypers
- Réinventer le commerce
- « L'urgence de la situation nous a fait prendre des décisions rapides » : le patron d'Auchan précise son plan de relance
- Leclerc, Carrefour, Intermarché, Auchan... la bataille des parts de marché s'intensifie
- Pourquoi Carrefour n'est pas une proie si facile malgré une action déprimée

- **Les Marchés**

- Mercosur : 4 filières agricoles réitèrent leur opposition à l'Assemblée nationale
- Agriculture biologique : surfaces, arrêts et marché du bio en 2024 les chiffres clés de l'Agence Bio
- Bretagne : les filières animales ont rebondi en 2024, cela va-t-il se confirmer ?
- Porc : les 3 points à retenir de l'AG d'Uniporc

### TROISIÈME PARTIE – L'actualité technique, juridique et réglementaire :

- **L'Officiel des Transporteurs**

- OPCO Mobilités : « Beaucoup de fraudes se sont développées dans le système de formation »
- CNR : « Les entreprises n'ont toujours pas retrouvé le chemin de la croissance en 2024 »
- Alexis Gibergues réélu président de l'OTRE
- AG de TLF : le syndicat dénonce une surenchère réglementaire et fiscale

- **Transport Info**

- Ouverture de la conférence sur le financement des mobilités « Ambition France Transports » : à quoi faut-il s'attendre pour la route ?
- Damien Pichereau, président de DP Influence : "le transport routier ne doit pas être la vache à lait de l'Etat !"
- Les députés approuvent le projet de loi de "simplification" : pourquoi les ZFE ne sont pas encore définitivement enterrées

- **Les Routiers**

- Alléger la fiscalité du TRM : une urgence pour la compétitivité du secteur
- Interdiction du 44-tonnes transfrontalier : la position française va à l'encontre des intérêts des transporteurs

- **Les Échos**

- Taxes : le transport routier s'oppose en bloc à de nouvelles hausses fiscales

## PREMIERE PARTIE : L'ACTUALITE DES TRANSPORTEURS ET LOGISTICIENS

**l'Officiel**  
des transporteurs

# Frigo tour : « La diversité des métiers du transport routier est méconnue »

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du Frigo Tour, qui valorise les métiers du transport frigorifique auprès des jeunes. En mettant en avant les opportunités d'emploi, les entreprises espèrent renforcer l'attractivité du secteur et répondre à la pénurie de main-d'œuvre.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 15.04.2025 Par : Propos recueillis par Erick Demangeon Lecture : 2 min.



Bertrand Bompas et Noël Thieffine, président et délégué général de La Chaîne Logistique du Froid.

*Crédit photo ED*

**Le Frigo Tour s'est achevé le 9 avril au lycée Charlotte Delbo de Dammartin-en-Goële (77). Mobilisées par l'AFT, ses 12 villes-étapes ont permis aux entreprises membres de La Chaîne Logistique du Froid et de Transfrigoroute d'aller à la rencontre de jeunes et chercheurs d'emploi. Analyse de cette édition 2025 avec Bertrand Bompas, président de La Chaîne Logistique du Froid.**

**Quel bilan qualitatif et quantitatif dressez-vous du Frigo Tour 2025 ?**

Le Frigo Tour est une idée originale lancée en 2023 à l'initiative de la Chaîne Logistique du Froid, Transfrigoroute et de l'AFT. Bisannuel, il est passé de 10 à 12 villes-étapes cette année. Les 80 entreprises qui ont animé ce parcours, du 15 janvier au 9 avril 2025, ont rencontré plus de 3 500 scolaires de la 4e au bac pro, plus 300 demandeurs d'emploi et personnes en recherche de projet professionnel. L'objectif de mieux faire connaître les métiers du froid, des transports et de la logistique frigorifiques est atteint. Une mission utile, car nous avons constaté une méconnaissance très forte de la diversité des métiers de notre filière. Nous espérons avoir créé des vocations.

**Comment les jeunes ont découvert les métiers de la filière au cours des étapes ?**

De façon ludique au travers d'un Village de métiers organisé autour de la conduite, l'exploitation, la logistique, la maintenance et la production du froid ainsi que la data et des systèmes d'information. Chaque métier a été présenté par des salariés de nos entreprises. L'AFT a mis à disposition un simulateur de conduite ainsi que plusieurs casques de réalité virtuelle. Objet d'un projet pédagogique, une remorque frigorifique a été déplacée à chaque étape par des élèves suivant une formation de conduite.

**Quels sont les métiers en tension dans la filière frigorifique ?**

Au même titre que le transport routier en général, la filière manque structurellement de conducteurs. Il est difficile également de trouver des frigoristes pour maintenir les systèmes de production de froid. Des besoins de techniciens spécialisés émergent dans les domaines de la mécanisation, de l'automatisation et de la robotisation.

## **En route vers le Frigo Tour 2027**

Cette année, chaque étape du Frigo Tour était rythmée en deux phases présentées par Noël Thiefine, délégué général de La Chaîne Logistique du Froid : « Le matin était consacré à l'accueil des scolaires et à la présentation des métiers de la filière tandis qu'un speed-dating était organisé l'après-midi. Les deux publics ont des attentes très différentes puisque les élèves recherchent une orientation et les seconds un emploi ». En plus des trois co-organisateurs, le Frigo Tour 2025 a bénéficié d'aides financières de la part des régions Bretagne et Grand Est.

# Surgelés : À la découverte du couteau suisse de Sofrilog

✨ Synthèse IA ✨

## Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du site Sofrilog d'Arras, plateforme polyvalente combinant entreposage, transport et préparation des commandes pour les surgelés. Le site incarne une logistique réactive et intégrée, au service de la grande distribution comme de l'industrie.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 05.05.2025 Par : Erick Demangeon Lecture : 1 min.



**La moitié des transports en expédition et 20 % des flux en réception sont gérés avec la flotte Sofrilog. Avec le parc de la société Jetfreeze reprise en février, Sofrilog possède 600 véhicules dont 15 % fonctionnent avec des énergies décarbonées et électriques.**

**Certifié IFS Logistics et Agriculture biologique, le site Sofrilog à Lognes rassemble les expertises surgelées du spécialiste de la logistique et du transport sous température dirigée. Illustrées par un transstockeur, une salle blanche et des ateliers de copacking, ses innovations s'étendent à l'intelligence artificielle pour optimiser et mutualiser les flux de ses clients.**

Au carrefour des autoroutes A4 et 104, l'entrepôt [Sofrilog](#) à Lognes est devenu une base logistique et de distribution stratégique pour de nombreux industriels agroalimentaires. Findus et d'autres marques bénéficient de ce site mutualisé à -25 °C dédié aux surgelés. Il héberge aussi quelques distributeurs et grossistes de renom. Ouvert de 6 h à 21 h, du lundi au vendredi, il emploie 85 personnes. Exploité par Sofrilog depuis 2007 puis agrandi en 2019, cette plateforme de 150 000 m<sup>3</sup> aujourd'hui intègre une agence de transport également.

## Hub national et grand export

Pour Aldi par exemple, Lognes consolide les approvisionnements de ses fournisseurs internationaux en surgelés avant de livrer ses bases logistiques sur toute la France. La zone de chalandise du site dépasse aussi les océans puisqu'elle couvre les États-Unis pour la distribution d'articles de paneterie et de viennoiserie. « À raison de trois conteneurs reefers en moyenne par jour, les produits sont expédiés en palettes ou en colis étiquetés dans la langue du pays destinataire. Pour ces préparations et envois internationaux, nous gérons les formalités documentaires et douanières », précise Sébastien Bossard, directeur commercial du groupe Sofrilog (215 M€, 40 entrepôts, 26 agences transport).

## Pooling pour surgelés

Une autre innovation du site est la mutualisation des livraisons entre industriels qui partagent les mêmes destinataires. Utilisant des algorithmes d'intelligence artificielle, « cette optimisation est en cours de déploiement. Elle permet de livrer les bases des distributeurs en camions complets avec à la clé, une meilleure fréquence ainsi que des gains économiques et écologiques partagés entre tous les maillons de la chaîne », valorise Pierre Boutinaud, directeur Sofrilog Marne et du site. Du copacking à la préparation de commandes sur produits nus en passant par la densification du stockage à l'aide de racks mobiles et d'un transstockeur, tout commence par la réception des produits coordonnée par la cellule d'expédition et d'administration du transport (CEAT)...



Cellule d'expédition et d'administration du transport, la CEAT gère et planifie les prises de rendez-vous avec les transporteurs, au départ des usines, et en aval vers leurs clients. Les applications de gestion des rendez-vous Optidoc et de cours DLS optimisent et tracent ces mouvements sur le site équipé de 19 portes à quai.

Crédit photo : Sofrilog

# Ben Ali Transport (59) : un nouveau venu en marche avant

✨ Synthèse IA ✨

## Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la progression de Ben Ali Transport, entreprise fondée en 2019 qui a rapidement grandi grâce à un modèle social fort, la formation interne et une attention portée à l'humain, avec un fort ancrage dans les Hauts-de-France.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 05.05.2025 Par : Nicolas Montard Lecture : 5 min.



**Farid Ben Ali a créé Ben Ali Transport en 2019. Son entreprise compte aujourd'hui 48 salariés, dont 28 chauffeurs poids lourds.**

*Crédit photo Nicolas Montard*

- [trm](#)
- [entreprises](#)

**Hauts-de-France. Depuis le Valenciennois, Ben Ali Transport, société créée en 2019, affiche son ambition et devrait réaliser une première opération de croissance externe dans les prochains mois.**

Avant d'intégrer Ben Ali Transport, 80% de l'effectif de l'entreprise ne travaillait pas dans le transport routier de marchandises ! Un chiffre qui dit beaucoup de la philosophie de cette société créée en 2019 par Farid Ben Ali. Le quadragénaire met l'inclusion au cœur de ses

process. Un peu par principe de réalité : le marché des chauffeurs est très concurrentiel. Un peu par philosophie aussi : il n'a pas franchement envie d'aller débaucher la concurrence. Beaucoup par conviction surtout : pour trouver des chauffeurs, dans une période de pénurie, il faut aller les chercher là où ils n'attendent pas les transporteurs. Tout l'intérêt de l'activité de logistique urbaine, du dernier kilomètre de son entreprise : « Nous recrutons des chauffeurs pour les VUL. Ils apprennent ainsi les bases du transport, ensuite, nous leur payons les permis poids-lourds et ils se dirigent vers nos semi-remorques. » La chaîne commence même parfois... aux deux roues, car Ben Ali Transport fonctionne en partenariat avec une association locale, La Maison du Vélo, qui effectue des livraisons dans le Valenciennois. Côté inclusion sociale, l'homme aime aussi mettre en exergue cette chance donnée aux conductrices féminines en juillet dernier. Avec France Travail et l'AFPA, il a organisé une opération dans un quartier de Valenciennes en exposant ses VUL une après-midi. Parmi les 20 candidates qui se sont intéressées à la formation, 4 sont aujourd'hui en CDI, pour le moment sur la partie logistique urbaine. « On ne peut pas toujours se plaindre de ne pas trouver de personnel, il faut aussi faire connaître nos métiers, aller sur le terrain ». Le terrain, Farid Ben Ali connaît. Ce natif du Valenciennois, dont l'entreprise est installée à Vicq, l'a pratiqué durant de longues années. Apprenti mécanicien poids-lourds à quinze ans, il dépanne à l'occasion à l'exploitation, avant de passer ses permis-poids lourds et de rouler six ans à l'international pour un groupe italien. Recruté par une entreprise belge de transport frigorifique, il y gravit les échelons : responsable d'exploitation, directeur commercial, directeur général d'exploitation. En 2017, suite à un désaccord stratégique, il décide de voler de ses propres ailes.

## **Le confinement, un accélérateur**

Il lui faudra deux ans pour convaincre les banquiers mais, en 2019, Ben Ali Transport, qu'il cogère avec son épouse, Laïla, voit le jour avec cinq personnes. Deux poids lourds et un véhicule léger pour commencer, une première clientèle constituée de relations tissées au fil des années d'expérience. La période est pourtant complexe. Ce sont encore les soubresauts de la crise des Gilets Jaunes, et surtout, en mars 2020, le COVID et son premier confinement saisissent la France et le monde. « Là, on manque de se crasher... Nous n'avons même pas de bilan, les annulations de commandes s'enchaînent. Mais je décide de prendre le risque en me procurant du nouveau matériel, en location, ce qui triple le parc en deux mois ». Un risque payant puisqu'une demi-décennie plus tard, Ben Ali Transport compte 26 tracteurs et 30 semi-remorques pour 48 salariés. La partie purement transports de marchandises sur de longues distances concerne essentiellement le frais alimentaire et le pharmaceutique, sur le territoire français, mais aussi le Benelux. La deuxième activité, la logistique urbaine sur le dernier kilomètre, représente 15% du chiffre d'affaires. Pour cette activité, une flotte de 12 VUL, tous en électrique, sillonne le Valenciennois, mais aussi cinq vélos cargo en partenariat avec La Maison du Vélo. L'entrepreneur vient d'ailleurs d'investir dans un hôtel logistique dans la capitale du Hainaut pour développer cette activité.



Chez Ben Ali Transport, l'inclusion sociale est une valeur cardinale. 80% des effectifs ne travaillaient pas dans le transport avant d'intégrer l'entreprise.

Crédit photo : Ben Ali Transport

Multiplier par dix son nombre de salariés en six ans, une hausse vertigineuse? Farid Ben Ali modère. Dans son précédent poste, il avait l'habitude de gérer une flotte de 300 camions. Il sait aussi garder la tête froide face à la période plus calme économiquement aujourd'hui. « Il faudra toujours manger ». Alors, s'il met le pied sur les investissements matériels le temps que l'horizon s'éclaircisse, l'entrepreneur finalise néanmoins une opération de croissance externe, en France, mais en dehors de sa région, afin de « faire des économies d'échelle ». Il observe aussi le marché des énergies pour les poids-lourds, même si pour le moment, il reste au diesel. « Mais je pense vraiment que la mécanique est de plus en plus propre. On fait de plus en plus d'économies, comme avec le turbo variable ». L'homme est aussi un adepte du reconditionnement, en rachetant des camions qui ont roulé un ou deux ans... « Il paraît que comme je suis transporteur, on ne peut pas dire que je suis écolo, s'amuse-t-il en référence à une réflexion entendue quelques jours avant. Mais je prends ma part de responsabilité ». Il a d'ailleurs équipé une partie de ses poids lourds d'Ecodrives, de Carrier Transicold, qui récupère l'électricité issue de la perte des boîtes de vitesse pour alimenter les groupes froids.

## Mieux se connaître

Farid Ben Ali l'assure : l'avenir, c'est ne pas perdre le côté familial de l'entreprise et cette fameuse inclusion sociale qu'il affiche comme porte-étendard. « En fait, je duplique un peu mon parcours, en réécrivant une nouvelle page ». À l'intérieur de la société, il se veut un patron qui connaît ses salariés et pense à leur bien-être. Il vient par exemple de leur procurer une carte d'accès à un réseau de salles de sport, qui permet à tous, même ceux en déplacement à la semaine, d'en profiter. « J'essaie également de ne pas faire de barrière. Les chauffeurs peuvent circuler dans les locaux administratifs. Il y a une hiérarchie mais pas de frontière ». Pas de frontière non plus dans l'ascension : son premier chauffeur VUL est

désormais responsable d'exploitation. Le patron fait aussi en sorte que chacun connaisse mieux l'autre et les ressorts de son activité: les administratifs ont tourné au moins une fois avec les chauffeurs, ils sont aussi allés visiter les usines de clients. « Ils connaissent ainsi ce qu'ils facturent ». Les mêmes bénéficient de la semaine de 4 jours, quand les exploitants peuvent opter pour le télétravail « du moment que l'un d'entre eux est sur place. L'avantage dans le transport, c'est que si la tâche n'est pas faite, ça se voit vite. J'essaye de donner des conditions favorables aux collaborateurs, de vivre avec notre temps ».

## Repères

Siège : Vicq (59)

Chiffre d'affaires 2024 : 8,4 millions

Effectif : 48, dont 28 chauffeurs poids-lourds.

Flotte : 26 tracteurs, 30 semi-remorques, 12 VUL

Secteurs d'activité : Transports de frais alimentaires, produits pharmaceutiques et logistique urbaine.

# 11 camions électriques livrés au groupe Malherbe

✨ Synthèse IA ✨

## Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la livraison de 11 camions électriques Renault Trucks à Malherbe, dans le cadre de sa transition énergétique. Ce déploiement marque une étape dans la stratégie environnementale du groupe et la diversification de son parc roulant.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 21.05.2025 Par : MA Lecture : 1 min.



**11 camions électriques ont été livrés par Volvo au groupe Malherbe.**

*Crédit photo Stéphane Clément/Volvo*

- [trm](#)
- [Camion électrique](#)

**Mi-mai, Volvo Trucks France a livré 11 camions électriques (neuf tracteurs et deux porteurs) au groupe Malherbe, basé à Caen.**

« C'est une évolution significative (voire une révolution) qui se joue actuellement dans le secteur du TRM : notre métier change, l'image du poids lourd évolue et doit se moderniser. Nous avons fait le choix de faire partie des acteurs et d'entamer cette mutation avec notre constructeur historique Volvo, en emmenant nos clients partenaires dans cette aventure

passionnante » ont indiqué les dirigeants du [groupe Malherbe](#), Alain et Noël Samson. Le 16 mai dernier, Volvo Trucks France a livré au groupe de TRM Malherbe (basé à Caen) 11 camions électriques, dont neuf tracteurs et deux porteurs.

## **Un plan environnemental**

Ces acquisitions s'inscrivent dans un projet plus large : la mise en place d'un transport 100% électrique pour l'approvisionnement des pièces destinées à l'assemblage de camions électriques jusqu'à l'usine Volvo de Blainville-sur-Orne, en Normandie. Volvo a confié au groupe Malherbe l'organisation des flux de pièces entre les fournisseurs et ses sites de production. Les camions électriques serviront également au transport de marchandises pour un client de l'agroalimentaire.

Le groupe Malherbe représente aujourd'hui une flotte de 2300 moteurs et 4650 cartes grises. Engagé via la charte Objectif CO2, l'entreprise de TRM vise de nouvelles baisses de ses émissions d'ici 2030.

# Livraison urbaine : les véhicules se diversifient

✦ Synthèse IA ✦

## Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des nouvelles solutions pour la logistique urbaine frigorifique : véhicules utilitaires, porteurs électriques ou vélos cargo. Ces alternatives répondent aux contraintes de circulation, de pollution et aux exigences de la livraison du dernier kilomètre.

✦ Synthèse IA ✦

Publié le : 23.06.2025 Par : Véronique Vigne Lepage Lecture : 3 min.



Conçu spécialement pour livrer en ville, le véhicule Oxygen a donné satisfaction aux conducteurs DB Skenker qui l'ont testé

*Crédit photo DR*

- [trm](#)
- [Livraison](#)
- [Logistique urbaine](#)

Les équipes de recherche-développement en matière de véhicules dédiés à la distribution urbaine foisonnent d'idées. Les modèles et prototypes se diversifient, du camion à porte de bus jusqu'à un « ELU mobile » et sont de plus en plus « intelligents ».

En matière de véhicules, l'électrique est désormais répandu pour les livraisons en ville, mais la R&D ne s'est pas arrêtée pour autant. « Pour la distribution alimentaire sous température dirigée, nous challengeons les constructeurs sur les semi-remorques, ainsi que les frigoristes », explique ainsi [Corentin Vidalie, responsable amélioration continue et décarbonation du groupe Jacky Perrenot](#). Le groupe La Poste, lui, vient de lancer l'expérimentation d'un véhicule logistique électrique d'un genre nouveau : celui-ci est en effet compact puisqu'il ne mesure qu'1,20 m de large, mais il bénéficie d'une capacité de 1,5 à 2 m<sup>3</sup>, peut rouler à 60 km/h et, pour faciliter les livraisons, est surbaissé et sans porte. « Dans le cadre de notre stratégie, il pourrait nous servir pour les tournées dans le péri-urbain, qui portent sur plus de kilomètres que dans l'hyper-urbain », assure Jean-Louis Carrasco, directeur de la logistique urbaine de la branche Services courrier colis.

La réduction de la pénibilité du travail des chauffeurs-livreurs et la sécurité constituent aussi un axe de recherche pour tous les opérateurs. Le groupe Jacky Perrenot expérimente pour cela depuis fin février, pour un magasin Intermarché de la région parisienne, [le Deliver assist : dans ce carrousel automatisé, des conteneurs réutilisables sont positionnés par un logiciel en fonction de l'itinéraire et présentés au livreur sans intervention de sa part, et au sol – ce qui évite l'utilisation d'un hayon, source d'accidents](#). Seul handicap de ce prototype : la charge disponible, de 4 tonnes seulement. « On perd un peu en capacité utile, car les rolls spécifiques sont hors standard et une partie de la caisse est occupée par l'armoire électrique et l'ascenseur, décrit Corentin Vidalie. Le système n'a donc pas encore atteint son potentiel, mais un gain de temps de 30% est envisagé. Si cette tendance se confirme quand nous aurons un an de recul, nous équiperons un second véhicule ».

## **Améliorer le confort de travail**

De son côté, dans le but aussi d'améliorer le confort de ses conducteurs, l'agence DB Schenker de l'HLU de Lyon vient de tester le « véhicule-laboratoire » Oxygen conçu spécifiquement pour la distribution urbaine par Renault Trucks. Ce 16 tonnes électrique « est un peu comme un bus », témoigne Eddy Lepori, directeur de l'agence, avec une cabine surbaissée qui apporte plus de visibilité, une porte coulissante côté passager (comme celle d'un autobus, justement) qui permet de sortir éventuellement à droite et en toute sécurité, ou encore une caméra-radar qui donne une vision à 360°, plus pratique pour tourner en ville que des rétroviseurs ». En cours d'expérimentation, le véhicule a dû être retourné au garage pour un problème de compresseur, mais l'évaluation finale a rapporté des retours globalement positifs des conducteurs.

Ainsi l'innovation avance-t-elle de manière itérative. C'est aussi de cette manière que la solution de livraison par véhicule autonome fait peu à peu ses preuves. En 2021 et 2023, La Poste et STEF avaient participé à une première expérimentation, à Montpellier, d'un petit robot Twinswheel d'1 m<sup>3</sup> circulant à 6 km/h pour livrer des commerces. « Cette première étape avait été concluante même si pour nous, pour une rentabilité en B to B, il faudrait plus de volumétrie d'emport et plus de vitesse, commente Jean-Louis Carrasco. Mais je voulais aller plus loin et nous avons contacté Milla group, qui participe au projet 5G Open road » (Ndlr : financé par le Programme investissements d'avenir de l'État).

Ensemble, ils sont partis d'un Renault Master de série d'une capacité de 8 m<sup>3</sup>, qui a été rendu autonome par Milla group et a été doté d'une caisse arrière modifiée selon les besoins de La Poste, avec des rangements de caisses souples, et des portes-rideaux latérales et arrière. Testé sur le 2e semestre 2024 à La Rochelle, cet « ELU mobile » permettait d'apporter courrier et colis, triés automatiquement, aux conducteurs de vélos-cargos livrant en centre-ville. « Mais une deuxième phase d'expérimentation est prévue, assure Jean-Louis Carrasco, dans laquelle nous testerons de nouveaux outils grâce à la technologie du jumeau numérique. À terme, le système dira même quelle porte du véhicule il faut ouvrir ».

# Ambassadeurs de l'emploi du transport et de la logistique : Quatre entreprises récompensées pour leurs actions en RH

✨ Synthèse IA ✨

[Synthèse de l'article par notre IA :](#)

L'article traite de la distinction décernée à quatre entreprises pour leurs engagements RH, incluant l'intégration de jeunes, la féminisation des effectifs et des initiatives locales valorisant les métiers du transport et de la logistique.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 30.06.2025 Par : Gwenaëlle Ily Lecture : 1 min.



*Crédit photo Sylvie Mugular*

**Pour la 2e édition du Grand Prix des Ambassadeurs de l'emploi de l'AFT, démarche visant à valoriser le secteur et ses métiers, quatre entreprises ont été récompensées le 12 juin pour leurs actions déployées dans l'un des trois axes entrant dans le dispositif : faire connaître les métiers, agir sur le recrutement, fidéliser ses collaborateurs.**

Depuis la création des Ambassadeurs de l'emploi en 2019, portée à l'origine par cinq sociétés des Hauts-de-France (Transports Cassier-Vécand, Bray, Carpentier, Main Forte, Ramette), quelque 400 entreprises ont rejoint la démarche. Objectif ? Travailler sur un plan d'action concret après un diagnostic basé sur trois grands axes : découverte des métiers, bonnes pratiques de recrutement et valorisation / fidélisation des salariés.

Chaque entreprise, alors labellisée « Ambassadeur de l'emploi », se fixe des caps chaque année. La démarche permet à l'entreprise de mieux cerner ses axes d'amélioration, de valoriser ses actions, mais aussi de découvrir des exemples d'initiatives déployées chez des confrères qu'elle pourrait elle-même mettre en place.

Le 12 juin 2025, quatre entreprises parmi ces ambassadeurs ont été récompensées pour leur(s) action(s) déployée(s) dans l'un de ces trois axes. Un jury composé de professionnels du secteur et de journalistes s'était réuni le 26 mai pour départager les actions mises en place, en sélectionnant une par grand axe ainsi qu'un coup de cœur. Les quatre entreprises récompensées sont : Transports Bray (62) pour la catégorie « découverte des métiers », la société TVE Logistique (03) sur l'axe « bonnes pratiques de recrutement », la filiale STEF Saint-Sever du groupe spécialisé dans le transport frigorifique pour la catégorie « fidélisation » et enfin Gardien Transports (62) comme coup de cœur du jury.

Cette semaine, retrouvez chaque jour la démarche employée par l'une de ces quatre entreprises lauréates.

# Groupe Olano : Nicolas passe le relais à Jean-Michel

✨ Synthèse IA ✨

## Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la transmission de présidence au sein du groupe Olano entre le père, Nicolas, et ses enfants, Sandra et Jean-Michel. Cette succession familiale s'inscrit dans une stratégie de continuité, de stabilité et de développement du groupe dans le transport frigorifique.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 30.06.2025 Par : Benoît Barbedette Lecture : 2 min.



De gauche à droite, Sandra, Nicolas et Jean-Michel Olano, à l'occasion des 50 ans du groupe spécialisé dans le transport frigorifique.

Crédit photo Benoît Barbedette

- [olano](#)

À l'occasion des 50 ans d'Olano, Nicolas Olano a annoncé la nouvelle gouvernance du groupe qui reste entre les mains de la famille, avec son fils Jean-Michel à la présidence et sa fille Sandra à la direction générale

Jean-Michel Olano nommé président du groupe éponyme, succédant à Nicolas Olano, et Sandra Olano au poste de directrice générale : telle est la nouvelle tête du groupe présentée le 28 juin 2025 devant un millier de personnes invitées à Saint-Jean-de-Luz

(64) venues de France, d'Espagne, du Portugal, d'Italie (et même de Suède avec le patron de Scania), pour assister au passage de relais entre le fondateur de l'entreprise en 1975 et ses deux enfants (chacun détenant un tiers du capital), en présence des six petits-enfants appelés à prendre la relève dans le futur. « Nous allons continuer de faire couler le sang vert dans nos veines », explique Sandra Olano, enthousiaste, après le message introductif de l'ancienne ministre et maire de Saint-Jean de Luz, Michèle Alliot-Marie. Pendant trois heures sous le toit du Jaï Alaï, la cérémonie, autant protocolaire (en trois langues) que joyeuse, a présenté la nouvelle gouvernance du groupe Olano. Elle comprend, aux côtés de Jean-Michel et Sandra Olano, Mariam Bourbian (en charge des méthodes et processus), Karine Marquet (RH et capital humain), Carole Aujon (DAF) et Oskar Agirre (business international). Une gouvernance « majoritairement féminine » aime à souligner Nicolas Olano qui prend les fonctions de manager des pôles commerce, organisationnel et stratégique. Ce dernier continuera d'animer la force commerciale dédiée aux quatre filières : produits de la mer (35 % du CA), produits frais (25 %), produits surgelés (25 %) et produits carnés (15 %) avec un patron par filière : Marie-Laure Kohn (surgelés), Karine Tauzia (carnés), Pedro Cervantès (international) et Laurent Ladoux.

### **640M€ de chiffre d'affaires**

Le groupe a rappelé devant l'assistance son attachement aux valeurs humaines et récompense, chaque année, la fidélité aux couleurs avec 8 M€ distribués aux 3700 salariés (hors obligations légales). « Le capital humain reste la valeur cardinale de notre entreprise », a indiqué Sandra Olano, justifiant de rendre publiquement et nommément hommage aux plusieurs dizaines de collaborateurs ayant 30 ans d'ancienneté. Le groupe, qui investit 70 M€ par an dans l'exploitation et l'immobilier, s'appuie sur des bases solides avec 640 M€ de chiffre d'affaires (dont 50 % à l'international), 63 sites en Europe, 1,8 million de m<sup>3</sup> d'entrepôts et un parc roulant de 1700 véhicules en propre et 1200 affrétés permanents. Cette évolution remarquable, depuis 50 ans en France puis en Europe du sud, n'a pu se faire sans le soutien de clients et fournisseurs mis à l'honneur durant la cérémonie. Parmi eux : plusieurs clients et enseignes historiques (Carrefour, STEF, Grand Frais, Pomona, Samada, Martin Brower, Lindt, Sodial, Océalliance en France...) et six fournisseurs (Scania, Volvo, Lamberet, Lecitrailer, Carrier et Thermo King). Ceux qui n'ont pas pu assister à cette grande fête basque pourront en voir, sur la route, la trace puisqu'une « série limitée » de véhicules a été créée pour marquer le cinquantenaire. Avec ce message intemporel : « Rester moteur et positif ».

# Les Echos

## Le délicat virage vers les camions électriques raconté par un patron français

✦ Synthèse IA ✦

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des défis du passage aux camions électriques : coût d'acquisition, manque d'infrastructures, autonomie limitée. À travers le témoignage d'un dirigeant, il illustre la complexité de cette transition pour les PME du transport frigorifique.

✦ Synthèse IA ✦

Le groupe Jacky Perrenot, l'un des grands transporteurs routiers en France, reçoit ses 40 premiers camions électriques signés MAN, après 50 modèles Renault Trucks. Reste à trouver des clients convaincus par le modèle économique.



« Nous avons déjà plus de 120 bornes actuellement dont des superchargeurs, et cela va doubler en 2025 » détaille le directeur général du groupe. (DR)

Par [Denis Fainsilber](#)

Publié le 3 avr. 2025 à 08:31 Mis à jour le 3 avr. 2025 à 09:00

Mettre sur les routes des camions à batteries à la place des camions diesel : dans le monde du transport routier, tout le monde y songe mais dans les faits, le saut reste toujours [très difficile à franchir](#). Un des principaux groupes français du secteur, Jacky Perrenot (1,1 milliard de chiffre d'affaires, 10.000 salariés et 6.000 véhicules en circulation), se jette pourtant à l'eau.

Il réceptionne cette semaine le premier poids lourd 100 % électrique issu d'une commande ferme de 40 exemplaires auprès du constructeur allemand MAN. Le contrat, dont la livraison est attendue d'ici à début 2026, est assorti de soixante options supplémentaires pour la suite, en fonction de la fiabilité de cette motorisation verte.

### « L'avenir du transport »

Le directeur général de l'entreprise, Philippe Cuoc, détaille aux « Echos » sa feuille de route. « Le véhicule électrique est clairement la solution de décarbonation. C'est l'avenir du transport en France et en Europe », soutient-il, sans éluder au passage les difficultés techniques ou économiques d'une telle bascule, qui ne pourra réussir qu'avec le soutien de grands clients donneurs d'ordre.

#### LIRE AUSSI :

### [Camions électriques : le nouveau dispositif d'aide à l'achat devrait doper les ventes dès cette année](#)

Jacky Perrenot, qui avait été l'un des précurseurs de l'introduction des camions au gaz dans les années 2012-2014, franchit désormais une marche plus haute. La mise en route des modèles MAN s'effectue après une longue phase de test, pour le compte de Franprix en Ile-de-France, débutée dès 2020. Ce premier prototype, en version porteur, roule encore aujourd'hui.

Le groupe Perrenot a également récemment opté pour des camions électriques Renault Trucks, soit 50 exemplaires en service aujourd'hui et bientôt 30 unités supplémentaires, plus quelques camions Mercedes-Benz (5 à 10) attendus pour la fin 2025. De sorte qu'au total, les motorisations électriques devraient peser quelques pourcents de la flotte du transporteur.

### « Un vrai changement »

Longtemps, un des obstacles à l'électrique résidait dans l'autonomie des modèles, mais celle-ci s'améliore, selon le dirigeant. Ses modèles Renault [parcourent jusqu'à 340 km quotidiens](#), et les nouveaux MAN annoncent au moins 450 km. « En utilisation quotidienne, l'électrique apporte un vrai changement pour les clients comme pour les habitants des villes, en raison du bruit inexistant », constate Philippe Cuoc. Son groupe effectue à la fois des parcours longue distance sur autoroute, qui seront confiés à des camions tracteurs, ou bien des livraisons urbaines, en magasins ou à domicile.

Reste le sujet qui fâche : « partager les coûts avec les clients, c'est ça le vrai plafond ». Car avant de songer à lever ses options sur les nouveaux modèles MAN, le groupe Perrenot devra signer des contrats avec des utilisateurs pour les 40 premiers. Une route qui semble encore bien sinueuse.

## Recharge dans des entrepôts maison

Sur le plan économique, beaucoup demandent encore à être convertis, en raison de l'efficacité des motorisations diesel de dernière génération. En incluant les aides existantes à l'achat, « le TCO de l'électrique [le coût total d'utilisation avec l'achat et l'exploitation au quotidien, NDLR] n'est pas encore équivalent au diesel, [mais on s'en rapproche](#) », assure le directeur général. Surtout si l'électricité est rechargée dans des entrepôts maison où les watts sont moins chers, car négociés à l'avance avec des fournisseurs. « Nous avons déjà plus de 120 bornes actuellement dont des superchargeurs, et cela va doubler en 2025 », détaille-t-il.

Mais la facture à l'achat reste assurément un point contraignant, surtout pour les petites entreprises du routier. Les prix catalogue des constructeurs sont multipliés par 2,5 ou par 3 par rapport au diesel Euro 6, alors que beaucoup de sociétés vont mal dans le transport...

### LIRE AUSSI :

### [DECRYPTAGE - Défaillances d'entreprises : les PME du transport routier sur la corde raide](#)

« Cela pèse significativement plus lourd pour l'endettement d'une société de transport. Conséquence, le déploiement massif de l'électrique, je le vois mal », admet le DG de Jacky Perrenot. Son groupe, cédé fin 2019 par le fondateur à deux fonds (Siparex et EMZ Partners) et au management, a lui les reins assez solides [pour diversifier sa flotte](#), contrairement à d'autres.

D'où une logique totalement revisitée de la part des banques. Bien qu'à la recherche de financements « green » pour leurs propres bilans RSE, elles doivent avant tout amortir les prix massifs des camions à batteries à travers leurs offres de crédit-bail. « Les contrats pour un camion diesel qui roule environ 120.000 kilomètres par an sont relativement courts, typiquement sur 36, 48 ou 60 mois. Mais les camions électriques sont annoncés pour des durées beaucoup plus longues, autour de 84 mois », soit 7 ans, détaille le dirigeant.

### Electrique : MAN débute sa production de série

Après avoir livré et testé près de 200 modèles de présérie en Europe, le constructeur allemand MAN passe à la fabrication à grande échelle des camions électriques dans son usine principale de Munich, et dans celle de Nuremberg pour l'assemblage des batteries. Concernant les tarifs élevés des modèles proposés, tracteurs ou porteurs, « il n'y a pas de chute importante à attendre » en raison du coût élevé des matières premières, « donc pas beaucoup d'élasticité liée aux effets d'échelle », selon Alexander Vlaskamp, PDG de MAN Trucks & Bus.

En revanche, le système européen ETS 2 d'échange de quotas d'émissions « va rendre les moteurs diesel plus chers qu'aujourd'hui », réduisant ainsi l'écart avec les batteries. Le groupe bavarois prévoit de doubler ses volumes de fabrication en électrique dès 2026, et de porter cette part à 30 ou 40 % du total en 2030, selon le dirigeant.

**Denis Fainsilber**

## Les Echos

# Eonnet se renforcent dans le transport de produits agricoles

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la montée en puissance d'Eonnet dans le transport sous température dirigée. L'entreprise familiale investit dans de nouveaux matériels pour renforcer sa présence dans les filières agricoles et accompagner la demande des coopératives.

✨ Synthèse IA ✨

Le spécialiste du transport routier implanté à Moréac, dans le Morbihan, vient de réaliser une nouvelle opération de croissance externe avec la reprise de la société Evanno, très implantée dans le secteur du transport de matières premières agricoles.



Le groupe Eonnet conserve l'identité des entreprises qu'il acquiert.

Par [Guillaume Roussange](#)

Publié le 12 juin 2025 à 16:16 Mis à jour le 12 juin 2025 à 16:23

Et de deux. Quelques mois seulement après avoir repris les transports Bernard Michel, installés à Périgné, dans les Deux-Sèvres, [Eonnet](#) le spécialiste morbihannais du [transport et de la logistique](#) annonce faire l'acquisition de la société Evanno.

Implantée à Pluméliau-Bieuzy, entre Lorient et Pontivy, cette PME emploie une vingtaine de personnes - en grande majorité des conducteurs - et réalise 3 millions de chiffre d'affaires dans son secteur, la logistique de céréales en vrac. Avec cette opération, Eonnet, qui totalise 152 millions d'euros de chiffre d'affaires et quelque 1.600 salariés, renforce son ancrage dans les domaines du transport de matières premières agricoles, tout en complétant son maillage territorial dans le Morbihan. Disposant déjà de deux filiales, à Loudéac et à Baud, l'ETI mise aussi sur ce rachat pour créer des économies d'échelle et améliorer sa compétitivité.

## **Fédération de PME**

Pour l'heure, la société Evanno continuera d'évoluer sous son identité historique, son dirigeant, Thierry Evanno, devant accompagner la transition durant six mois. « On garde le savoir-faire et l'âme de chaque structure que l'on rachète », confiait Daniel Eonnet, le patron fondateur du groupe, lors de la reprise de l'entreprise Stav, à Quimper. « Je vois mon groupe comme un réseau de PME », ajoutait le dirigeant, qui a débuté seul son activité en 1996.

Initialement spécialisé dans le transport de béton, Eonnet a commencé à se diversifier dans les années 2000, en menant une à deux acquisitions annuelles. Il est aujourd'hui présent dans de multiples domaines, du transport frigorifique à la messagerie, grâce à sa trentaine de filiales.

Le groupe qui compte 2.000 cartes grises est très présent en Bretagne, son berceau historique, mais aussi à Lyon, à Lille, à Montpellier, ou encore dans le Grand Est.

### **LIRE AUSSI :**

[Livraisons, stocks, flux : l'IA s'impose dans la logistique](#)

**Guillaume Roussange (Correspondant à Rennes)**

# Les Echos

## Transport : Jacky Perrenot se renforce en Grande-Bretagne

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'expansion de Jacky Perrenot au Royaume-Uni via le rachat de Davis Haulage. Ce développement renforce sa stratégie internationale, notamment dans le transport sous température dirigée pour la grande distribution.

✨ Synthèse IA ✨

Le groupe de transport routier français acquiert le britannique ArrowXL pour renforcer à l'international son activité de livraison à domicile de meubles, électroménager, etc. Un segment en plein essor, porté par la croissance de l'e-commerce.



Outre le transport classique de marchandises, Jacky Perrenot réalise désormais un tiers de son chiffre d'affaires dans la livraison de produits lourds chez les particuliers. (Adil Benayache/SIPA)

Par [Denis Fainsilber](#)

Publié le 16 juin 2025 à 14:47

Le groupe Jacky Perrenot, un des principaux transporteurs routiers tricolores, continue à renforcer [son pôle de livraison de marchandises chez des particuliers](#), son deuxième métier à côté de son activité

historique de transport pour les industriels ou grands distributeurs. L'entreprise, dont le fondateur Jacky Perrenot a cédé le contrôle en 2019 à deux fonds d'investissement (Siparex et EMZ Partners) et à l'actuel président Philippe Givone, accélère son développement avec le rachat du britannique ArrowXL, qui va venir opérer sous la nouvelle marque unique JP Home, dédiée à ce segment en forte croissance.

Le montant du rachat à l'international n'est pas communiqué, mais cet acteur représente quelque 2 millions de livraisons annuelles dans tout le Royaume-Uni, pour du mobilier, de l'électroménager, etc. Des opérations à valeur ajoutée qui comprennent, outre la livraison à domicile effectuée par deux personnes, l'installation des machines ou l'assemblage du mobilier chez le client.

## Un tiers du chiffre d'affaires total

Grâce à cette croissance externe, l'activité BtoC (business to consumer) de Jacky Perrenot va peser quelque 400 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit un tiers du total qui s'élève à 1,3 milliard. Et son réseau d'agences en propre consacré à ce métier passe de 60 à 75 agences, réparties en France, péninsule Ibérique, Benelux et Royaume-Uni.

« L'intégration d'ArrowXL au sein du groupe va nous permettre d'opérer sur le plus grand marché de l'e-commerce en Europe et d'ouvrir de nouvelles perspectives aux e-commerçants. Cette acquisition concrétise notre ambition de proposer des solutions européennes unifiées pour la livraison de produits volumineux aux particuliers », se félicite le groupe français.

### LIRE AUSSI :

[Le délicat virage vers les camions électriques raconté par un patron français](#)  
[Camions électriques : le nouveau dispositif d'aide à l'achat devrait doper les ventes dès cette année](#)

Sur un total actuel de 10.000 salariés et 10.000 véhicules dans son parc, ce métier de livraison à domicile de produits volumineux grimpe largement en importance, notamment par le jeu de la croissance externe. D'autant plus que l'autre métier du transport routier de marchandises a actuellement tendance à reculer en France.

## Deux précédents rachats

Jacky Perrenot a racheté VIR, en 2021, [un spécialiste de livraison de gros colis](#) très actif pour le compte du distributeur Ikea. Puis il s'est offert Agediss, axé sur le même métier du dernier kilomètre, avec quelque 35 agences et environ 100 millions de chiffre d'affaires.

Par ailleurs, les livraisons urbaines du dernier kilomètre sont une des terres d'élection pour la décarbonation de la flotte. En particulier son électrification, [un domaine où Jacky Perrennot accélère](#), plus aisément que les PME du transport routier qui ont du mal à suivre l'augmentation du prix catalogue de ces modèles à batteries. « Au total, 60 % de nos besoins de transport sont réalisables par véhicule électrique », confiait récemment aux « Echos » Philippe Cuoc, directeur général de Jacky Perrenot.

## Bastien Thirion, directeur des activités ferroviaires de Lahaye Global Logistics : “Rebasculer notre activité sur la route nécessiterait trois fois plus de conducteurs”

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des limites du report modal. Selon Bastien Thirion, l'abandon du rail au profit de la route exigerait beaucoup plus de conducteurs, accentuant la tension RH. L'entreprise défend le ferroviaire comme levier logistique d'avenir.

✨ Synthèse IA ✨

---

**18 juin 2025 Marc Fressoz Politique & réglementation 0**

---



Depuis une bonne vingtaine d'années, le groupe familial breton creuse son sillon dans le transport combiné. En charge de l'activité rail-route, Bastien Thirion expose les récents développements de l'offre et confirme l'appétence des chargeurs pour cette solution décarbonée.

**Transport Info :** Que représente l'activité combiné chez Lahaye Global Logistics ?

**Bastien Thirion :** Après les prémices des années 1990-2000, l'histoire moderne du transport combiné du

groupe commence en 2011 avec le démarrage du train Combiwest Rennes-Macon. En 2024, cette activité représentait 8 % du chiffre d'affaires du groupe, soit une vingtaine de millions d'euros.

Nous intervenons à différents niveaux avec trois filiales qui s'adressent chacune à un marché particulier : Trans-Fer propose des services door-to-door pour les industriels qui souhaitent réaliser des transports longue distance en camion complet (le segment le plus important est réalisé par un mode alternatif à la route).

## **“Dès le démarrage, nous avons eu 10 à 15 % de caisses en plus.”**

Be Modal, notre opérateur de transport combiné commercialise quant à lui les trains à destination des transporteurs, compagnies maritimes et transitaires entre Rennes et Dourges, Rennes-Nancy et depuis le 17 avril entre Rennes et Vénissieux. Enfin, Rennes Terminal exploite une infrastructure ferroviaire dont nous ouvrons les services aux entreprises ferroviaires et opérateurs de transport combiné qui souhaitent avoir des trains opérés sur la métropole rennaise.

### **TI : Comment cela se traduit-il en termes de trafic ?**

**BT :** Trans-Fer transporte à peu près 15 000 UTI par an, Be Modal produit pour sa part 235 trains. Nous en tracterons 550 en 2025. Ce bond est lié au lancement de la ligne Rennes-Vénissieux avec 10 rotations par semaine (5 rotations par sens et par semaine), tandis que Rennes-Dourges reste stable avec 3 rotations par semaine.

### **TI : Est-ce un nouveau service pour couvrir une demande ?**

**BT :** En réalité ce service, initialement assuré par Combiwest en 2011 avait été repris en 2016 par Naviland. En 2025 nous avons fait le choix de lancer notre propre service.

## **“La crise de la demande incite plutôt les transporteurs à faire tourner leurs propres moyens plutôt que d'investir dans des caisses mobiles.”**

Ce n'est pas un transfert à proprement parler puisque nous avons amélioré les capacités de ce train, sa longueur passant de 400 à 700 mètres son tonnage de 1 000 à 1 800 t. Dès le démarrage, nous avons eu 10 à 15 % de caisses en plus et nous disposons encore de réserve. Cet ajout de capacité nous permet de faire baisser nos prix, d'être à l'écoute du marché, de proposer plusieurs types de wagons et de caisses.

### **TI : Cela traduit-il une appétence des chargeurs et transporteurs pour le rail depuis la Bretagne ?**

**BT :** On perçoit plus aisément cette tendance chez les chargeurs, sans doute parce que changer de mode de production n'est pas toujours simple chez les transporteurs. La crise de la demande les incite à faire tourner leurs propres moyens plutôt que d'investir dans des caisses mobiles. La notion de concurrence joue aussi, et nous entendons souvent cet argument : le groupe Lahaye ayant une activité de transporteur routier, on ne va pas faire travailler un concurrent.

## **“Rennes-Le Havre nous permettrait de compléter notre palette avec du conteneur maritime.”**

Cela étant, un transporteur a renforcé son engagement sur Rennes-Vénissieux et un certain nombre de transporteurs observent avec intérêt nos services dans la mesure où nous sommes les seuls à proposer une offre sur ce marché que nous défrichons. La Bretagne, ce n'est pas les Hauts-de-France où il y a pléthore d'offres de transport combiné avec 8 à 10 trains qui partent ou arrivent chaque jour.

**TI : Côté chargeur quelle est la motivation ?**

**BT :** Pour les grosses entreprises, c'est la décarbonation ; le transport combiné étant une solution concrète dont il est facile de calculer le gain de CO2 réalisé. En outre, ils apprécient la simplicité de notre offre intégrée qui revient pour eux à commander un transport d'un point A à un point B. Quant à la massification, ce n'est pas la motivation première, plutôt un avantage indirect qu'ils apprécient.

**TI : Haropa communique sur un projet mené avec vous de navette Rennes-Le Havre en passant par Paris. Quel est l'intérêt puisque cela rallonge la distance par deux par rapport à la route ?**

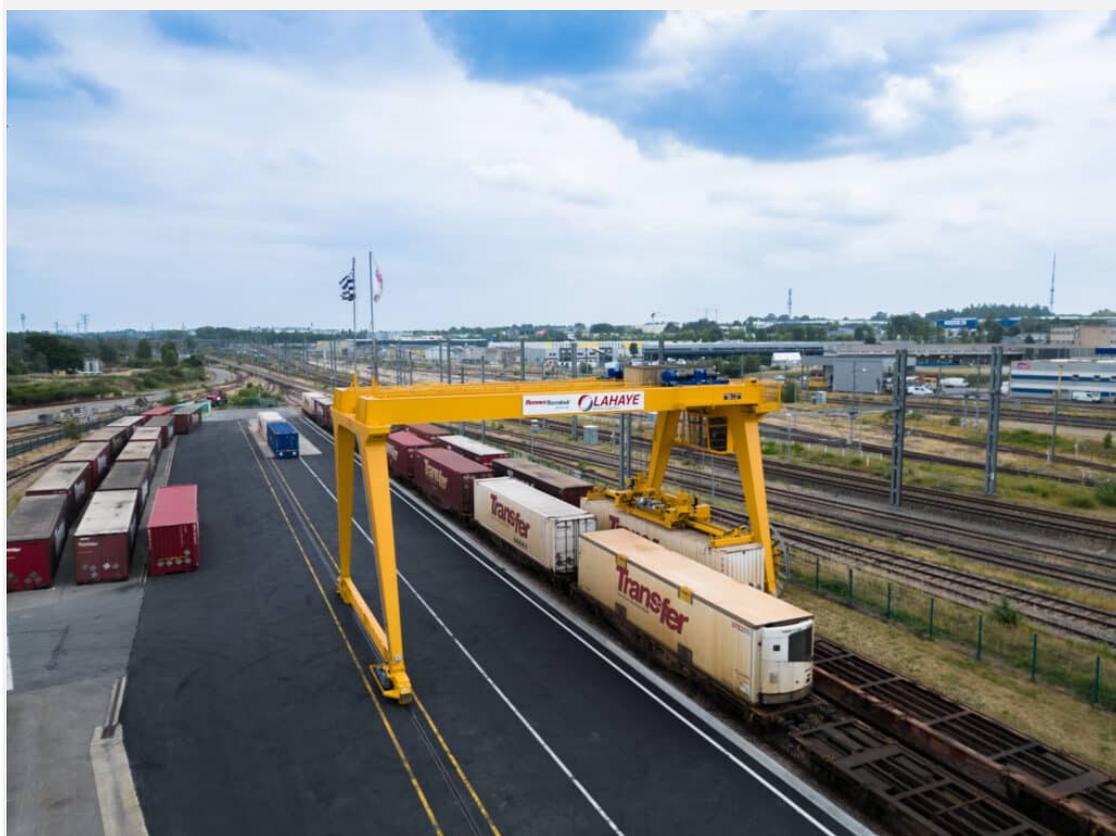
**BT :** Ce projet réside surtout dans le désenclavement de l'accès au port du Havre, qui rajoute 750 mètres de bord à quai sur le Terminal de France. Un amas de camions apporte des caisses maritimes et viennent chercher des caisses du grand export. Notre objectif est de pouvoir traiter davantage de volumes.

## **“Le transport combiné traite toutes les externalités négatives du transport routier traditionnel, congestion, pollution bruit, sécurité.”**

Une navette a d'ailleurs été lancée par Naviland en avril entre Montoir-de-Bretagne (Saint-Nazaire) et Le Havre deux fois par semaine. Envisagée pour 2027, Rennes-Le Havre nous permettrait de compléter notre palette avec du conteneur maritime mais son lancement dépend des travaux de modernisation et d'agrandissement du terminal de Rennes, un projet global de 15 millions d'euros porté par la Région, l'État et SNCF réseau.

**TI : Vous avez acquis des remorques P400, où en êtes-vous aujourd'hui ?**

**BT :** Nous venons d'obtenir en 2025 une autorisation de transport exceptionnel sur le Rennes-Dourges, autrement dit de transporter par wagon poche des P400 en dérogeant au gabarit habituel sur le réseau ferré.



Après une première commande de P400 il y a 3 ans, nous en avons passé une nouvelle pour une livraison en octobre. Les CEE aident à couvrir une partie du surcoût de ce matériel plus coûteux qu'une semi-remorque traditionnelle.

**TI : Finalement, qu'apporte le transport combiné à un transporteur routier comme Lahaye ?**

**BT :** C'est tout d'abord un choix stratégique de la direction pour laquelle le transport combiné traite toutes les externalités négatives du transport routier traditionnel, congestion, pollution bruit, sécurité.

**“Sur la partie la plus longue du trajet, on réussit à mettre 40 à 50 semi-remorques sur un train avec un ou deux conducteurs de train.”**

Ce mode répond aussi au gros challenge des ressources humaines dans le transport routier. Nous serions aujourd'hui dans l'incapacité de rebasculer toutes ses opérations rail-route sur la route. Cela nécessiterait trois fois plus de conducteurs que nous n'avons pas. Le rail-route est sobre en termes d'utilisation de ressources humaines. Sur la partie la plus longue du trajet, on réussit à mettre 40 à 50 semi-remorques sur un train avec un ou deux conducteurs de train. Et à chaque bout, nous rayonnons sur 150 km, avec 3 à 4 opérations par jour réalisées par un chauffeur routier.

**TI : Pour terminer, quel premier retour faites-vous de votre camion électrique ?**

**BT :** Nous avons reçu un tracteur électrique Mercedes eActros dont l'autonomie de 550 km environ se marie très bien au ferroviaire. C'est une activité totalement décarbonée que nous allons proposer à nos clients.

Propos recueillis par Marc Fressoz

## DEUXIÈME PARTIE : L'ACTUALITE DES DONNEURS D'ORDRES ET DU MARCHÉ



### Surgelés : comment Findus espère doubler la part des repas surgelés des Français à horizon 10 ans

✦ Synthèse IA ✦

#### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la stratégie de Findus pour accroître l'usage des surgelés dans l'alimentation des Français. Elle repose sur l'innovation, la qualité perçue, l'accompagnement nutritionnel et une campagne de communication massive sur dix ans.

✦ Synthèse IA ✦

Portée par un marché en croissance mais encore freiné par des perceptions négatives, la marque Findus veut doubler la part des repas surgelés dans l'alimentation des Français d'ici dix ans. Entre engagements durables, omnicanalité et innovations, elle affine sa stratégie pour reconquérir les foyers.

Sylvie Lavabre

21 mai 2025 \ 11h02



Findus a lancé chez Carrefour une gamme de pommes de terre “anti-gaspi” baptisée Rissolées imparfaites.

Dans un marché du surgelé en pleine dynamique (+3,1 % en volume depuis le début de l'année par rapport à 2024), mais encore freiné par une image de qualité perçue moyenne et un rayon jugé peu attractif, Findus affiche une croissance de 6,8 % en volume et une hausse de 1,2 % de son chiffre d'affaires, à 350 millions d'euros pour une part de marché valeur stable de 7,3%. *"Notre objectif est de nous renforcer sur le marché en augmentant la fréquence et la mixité d'achat auprès des 14 millions d'acheteurs Findus"*, a déclaré Vincent Theismann, Directeur général France.

## Réduire la consommation énergétique

Pour atteindre son ambition - doubler la part des repas à base de surgelés à horizon dix ans —, Findus veut améliorer la durabilité de sa marque. *"Le développement durable est une attente croissante des Français. Cela résonne avec notre catégorie : accessibilité toute l'année, respect des portions, qualités nutritionnelles"*, affirme Vincent Theismann. Depuis 2019, Findus a ainsi réduit de 124 tonnes le poids de ses emballages et abaissé ses émissions de gaz à effet de serre de 34 %. Elle participe aussi à la mise en place d'une coalition baptisée -15°, dont l'objectif est de réduire de 10 % la consommation énergétique de la chaîne du froid, en abaissant la température standard de conservation de -18°C à -15°C. *"Nous invitons les distributeurs et les fabricants à nous rejoindre pour déployer cette initiative à grande échelle"*, lance Vincent Theismann.

## Des partenariats exclusifs avec picard et carrefour

L'omnicanalité est un autre pilier stratégique du plan Findus. *"La consommation est de plus en plus fragmentée. Pour renforcer notre visibilité, nous misons sur des investissements médias accrus de 85 % en 2024 versus 2023, et maintenus en 2025"*, explique Vincent Theismann. Findus noue aussi des partenariats exclusifs : avec Picard, autour de frites micro-ondables disponibles depuis début 2025, et avec Carrefour, qui a lancé en février dernier une gamme de pommes de terre “anti-gaspi” baptisée Rissolées imparfaites.

## Innovations produits sur les catégories clés

Leader des surgelés, Findus veut renforcer sa place sur ses segments historiques. Dès septembre, la marque lancera une nouvelle gamme de pommes de terre Quartier, faciles à préparer et adaptées à tous types de cuisson — une offre pensée pour les familles comme pour les petits foyers. Sur le rayon des légumes cuisinés, où elle est déjà bien implantée avec ses épinards à la crème, Findus proposera deux nouveaux mélanges de légumes à cuire au four, conçus pour des repas familiaux, simples et rapides. Enfin, la marque qui a investi 5,1 millions d'euros en trois ans sur son site de Boulogne-sur-Mer prépare pour le deuxième semestre la sortie de nouveaux produits de la mer.

## Tous les chiffres sur l'achat et la consommation de légumes surgelés

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la stabilité du marché des légumes surgelés, dominé par les MDD, avec une forte fréquence d'achat. Les légumes bruts sont en croissance, portés par leur praticité et leur adéquation avec les nouvelles habitudes alimentaires.

✨ Synthèse IA ✨

**LSA Data Conso** | Qui achète le plus de légumes surgelés ? Comment ont évolué les prix depuis 2023 ? Où en achète-t-on le plus ? La rédaction vous propose huit infographies pour tout comprendre sur les achats de légumes surgelés.

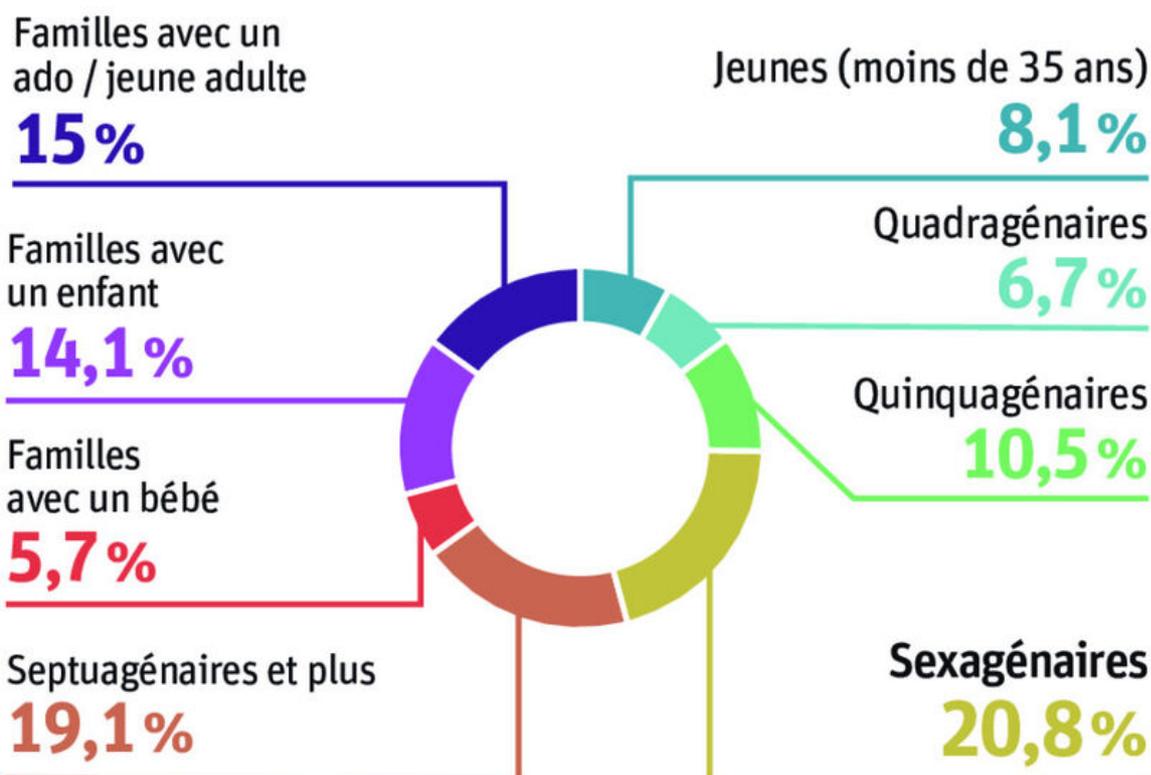
La Rédaction

29 mai 2025 \ 00h00

À la fin de l'année 2022, la rédaction a lancé LSA Data, une nouvelle rubrique qui s'est enrichie en 2023 avec une page d'infographies dans le magazine print. La formule a évolué en 2024. En plus d'une page dédiée aux chiffres clés d'un marché, une deuxième page LSA Data est consacrée aux comportements d'achat des consommateurs grâce aux données de Kantar. Des infographies à retrouver en fin de magazine et en ligne, comme ici sur la consommation et l'achat de légumes surgelés.

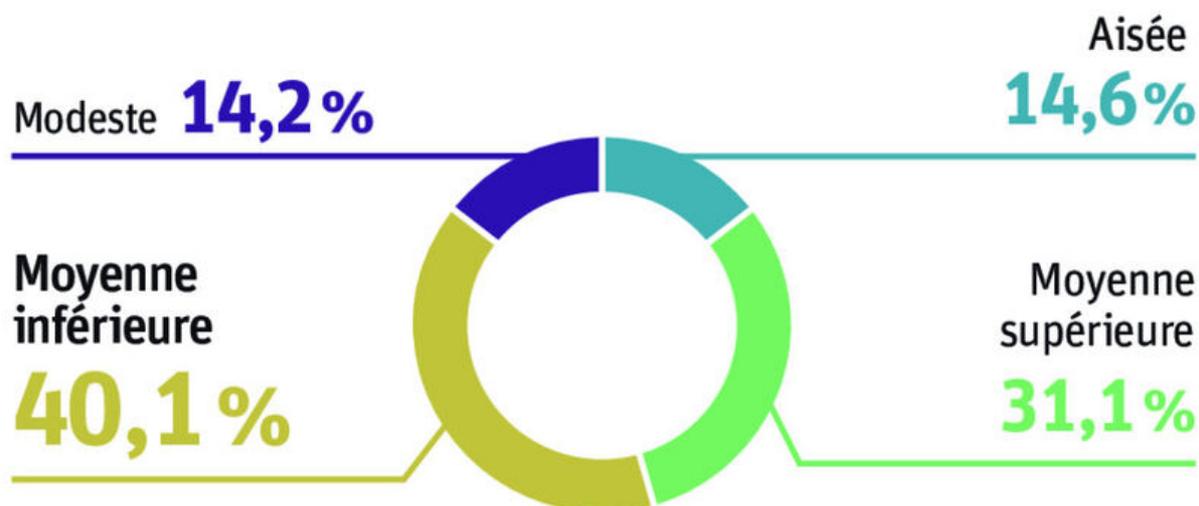
### Les familles avec un bébé et les jeunes moins fans

Répartition des dépenses de légumes surgelés par tranche d'âge et situation familiale en CAM à P3 2025, en %



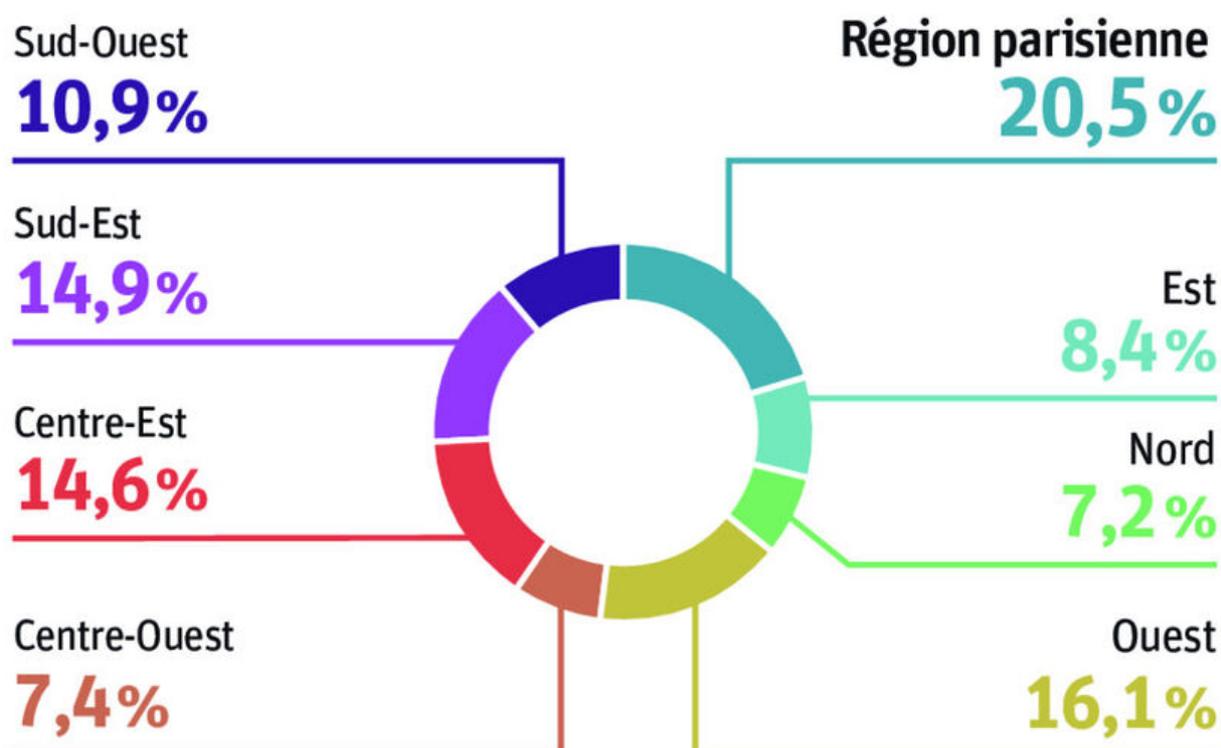
## Dans les congélateurs des classes moyennes

Répartition des dépenses de légumes surgelés par catégorie socioprofessionnelle en CAM à P3 2025, en %



## Les Parisiens, grands adeptes de la praticité

Répartition des dépenses de légumes surgelés par zones géographiques en CAM à P3 2025, en %

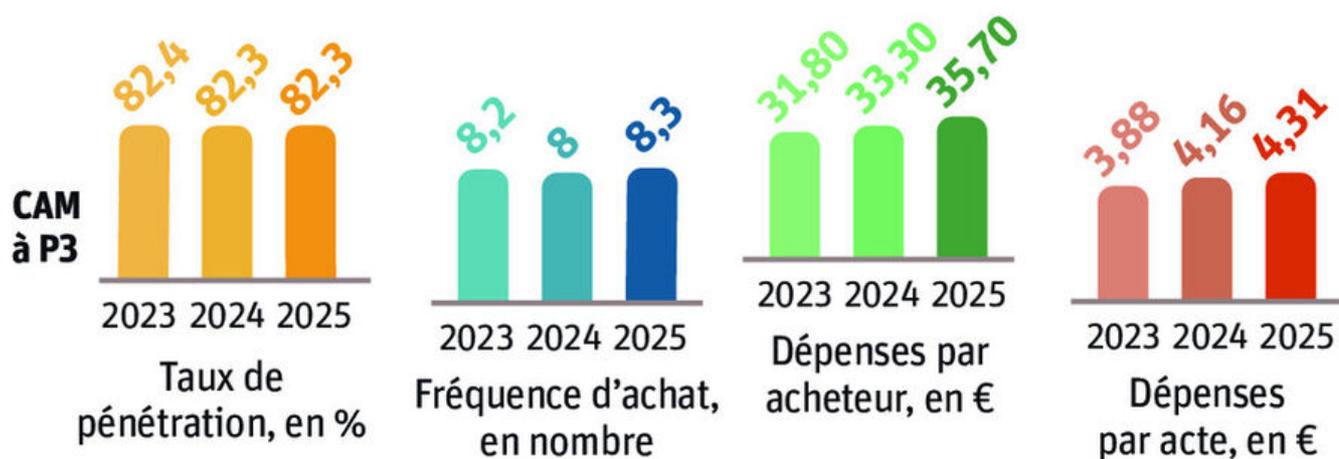


## Plus de 10 % d'augmentation en deux ans

Prix moyen au kilo des légumes surgelés, en euros

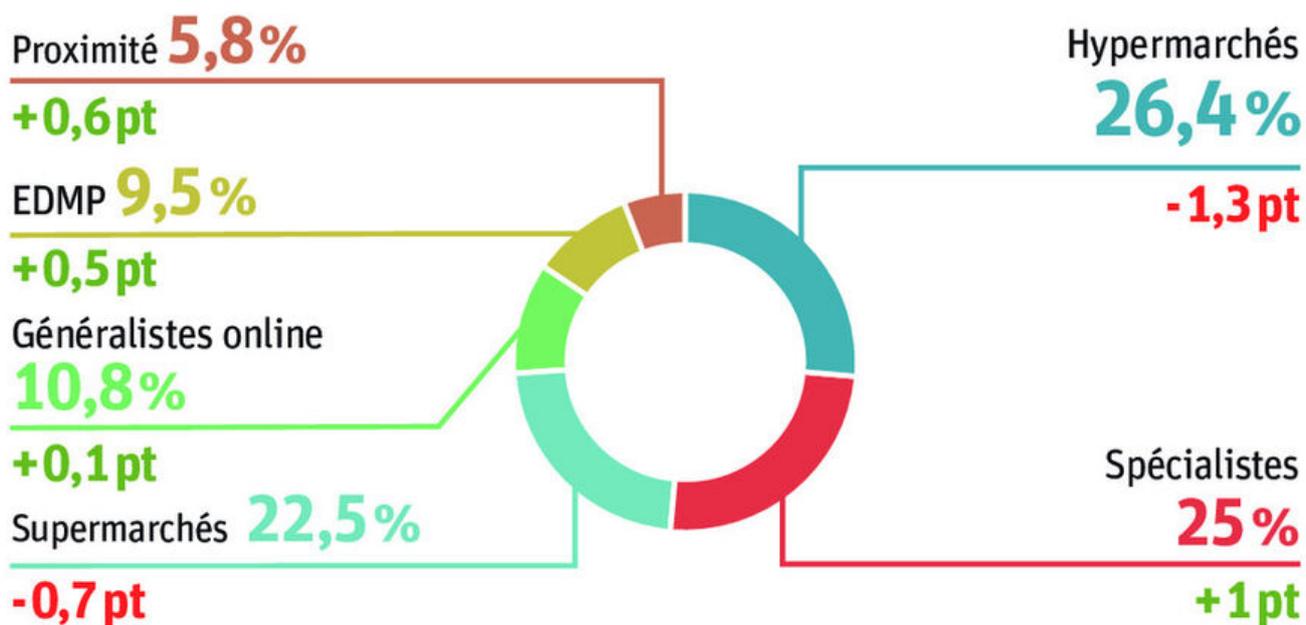


## Un taux de pénétration stable



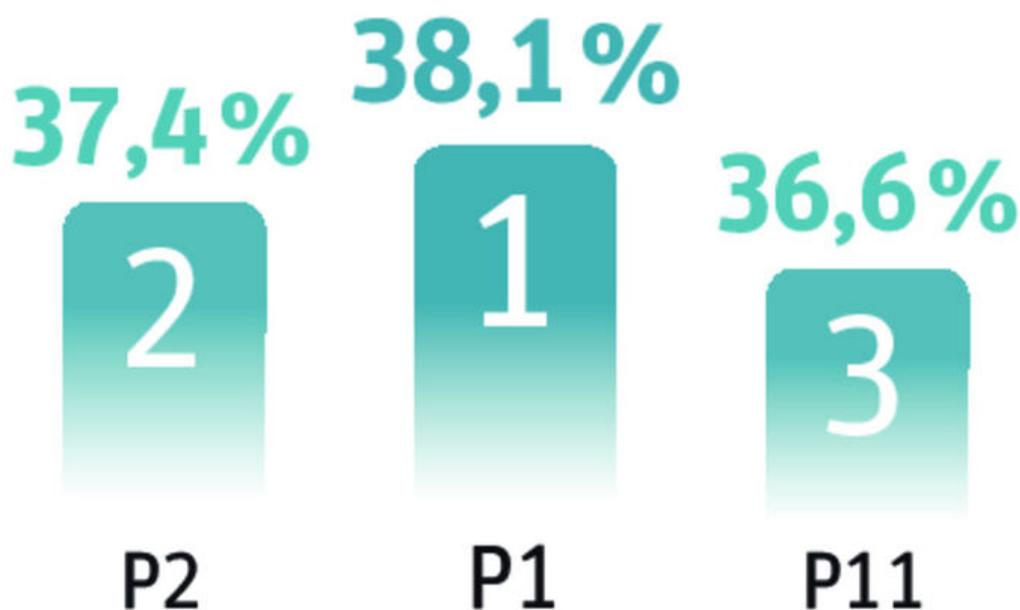
## Les spécialistes gagnent du terrain face aux hypers

Part de marché en valeur par circuits des dépenses de légumes surgelés en CAM à P3 2025, et évolution vs CAM à P3 2024



### Au cœur de l'hiver

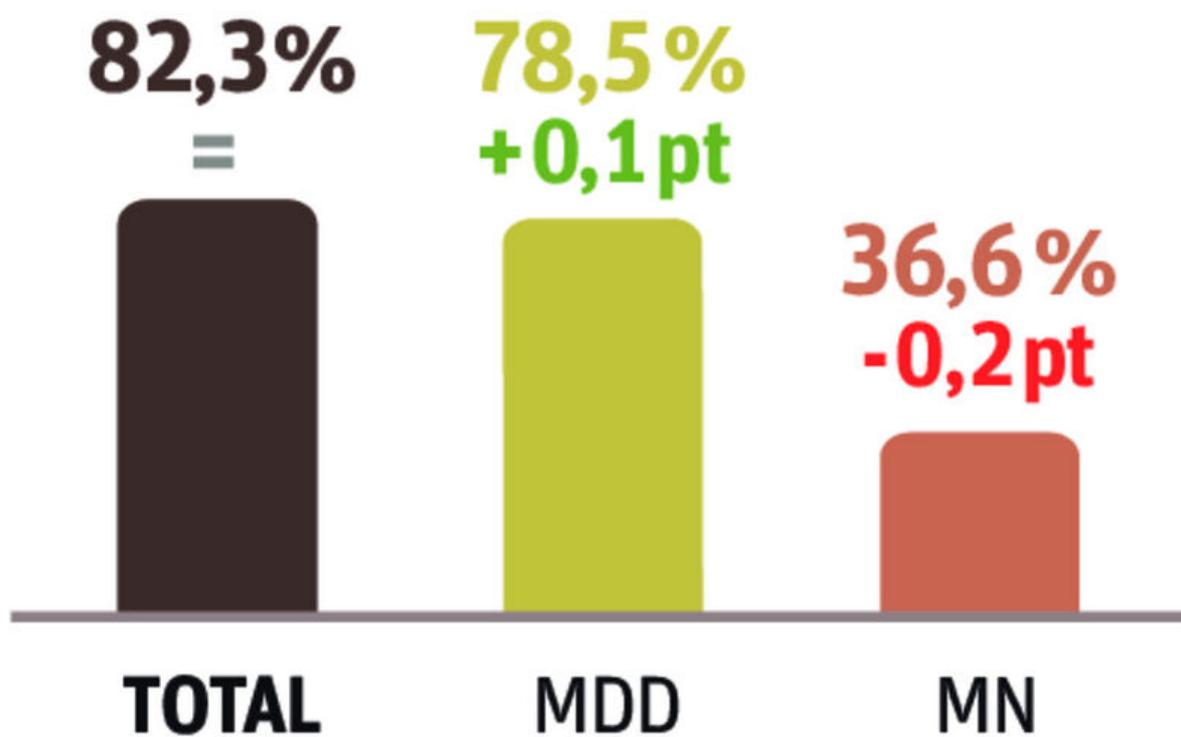
Top 3 des périodes pendant lesquelles les légumes surgelés ont été le plus achetés en 2024, en taux de pénétration



P1 = 25.12.2023 au 21.01.2024, P2 = 22.01 au 18.02, P11 = 30.09 au 3.11

### Les MDD, solides leaders

% des foyers acheteurs de légumes surgelés (au moins une fois en CAM à P3 2025), % de foyers acheteurs de marques nationales et de MDD, et évolution vs CAM à P3 2024



## Grande distribution : le traiteur frais, un rayon à 8,5 milliards d'euros confronté à de nombreux défis

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des tensions dans le rayon traiteur frais : prix élevés, baisse des volumes, inflation et arbitrages des consommateurs. Malgré ces défis, le rayon reste clé en GMS pour son potentiel de fidélisation et de différenciation.

✨ Synthèse IA ✨

Poids lourd du frais non laitier, le rayon traiteur est malmené depuis plusieurs années. Entre inflation, tension sur les approvisionnements, enjeux durables et une nécessaire innovation, les acteurs du secteur se préparent à relever de nombreux défis.

Charlotte Barriquand

29 mai 2025 \ 10h00

2 min. de lecture



© Getty Images

Le rayon traiteur frais pesait 8,5 milliards € en 2024 et doit relever des défis liés à l'inflation, à la tension sur les approvisionnements ou encore les enjeux durables.

### Les enjeux

- **Entre hausse des coûts de production** et modification des habitudes, le secteur a souffert, accentuant la perception d'un rayon « cher ».

- **La décrue des prix** redonne un peu d'élan au rayon, dopé par des arbitrages favorables au frais par rapport au hors-domicile.
- **Naturalité, origine ou encore emballage** : les attentes sont multiples. Les industriels doivent concilier qualité et prix, tout en apportant de l'innovation.

Après une année 2023 atypique (inflation et effets post-Covid), le rayon traiteur reprend quelques couleurs. Les ventes en valeur sur l'ensemble de l'année 2024 par rapport à 2023 sont plutôt stables (- 0,1 %) et en hausse en unités (+ 0,7 %), selon Circana. Un soulagement pour les acteurs du secteur « *qui ont connu de fortes contractions de leurs assortiments, des hausses de prix et des baisses de volumes. C'était d'ailleurs aussi le cas sur l'ensemble des PGC-FLS* », note Sarah Sasso, consultante chez Circana.

À plus court terme (CAM à P3 2025), le traiteur enregistre même une croissance de 2,5 % en unités et de 1 % en valeur. « *C'est l'une des plus fortes croissances de l'univers frais non laitier avec la boucherie et la volaille, sur un total des PGC plutôt stable* », ajoute la consultante. Salades, snacking, pâtes ménagères ou pâtes fraîches, panés, sans oublier les tartes, quiches ou encore pizzas, le rayon traiteur est particulièrement large et varié.

Les acteurs du secteur y voient un terrain de jeu sur lequel ils ont de quoi s'amuser, en particulier les marques nationales. Car malgré une baisse du pouvoir d'achat, la croissance du rayon est portée par ces dernières, qui pèsent 52,3 % du volume de ventes du traiteur et 61,5 % du chiffre d'affaires. Tous leurs feux sont au vert, aussi bien en volume qu'en valeur, avec respectivement des hausses de 2,3 % et 0,9 % en 2024, là où la MDD perd du terrain avec des baisses de 1,7 % en valeur et 0,9 % en volume sur la même période.

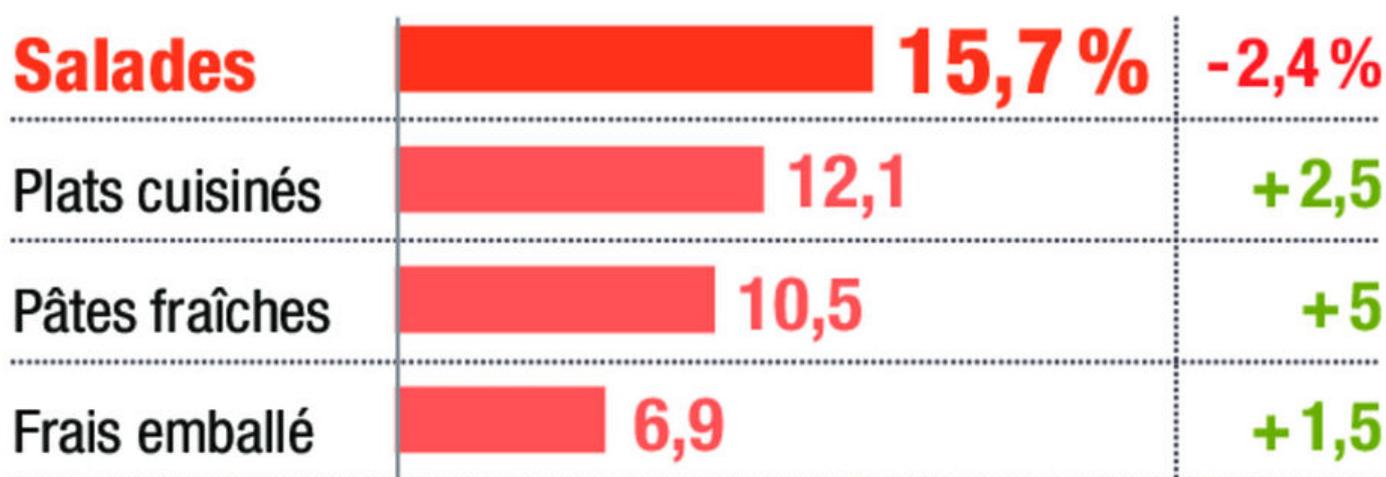
### Les chiffres

- **+ 0,7 %** : l'évolution en unités en 2024 vs 2023
- **- 0,1 %** : l'évolution du CA du traiteur en 2024 vs 2023, à 8,5 Mrds €
- **6,3 %** : le poids du traiteur sur le CA total des PGC-FLS
- **35,3 %** : le poids du traiteur sur le CA total du rayon frais non laitier

Source : Circana, tous circuits

### Les salades font grise mine

Poids en volume des principales catégories du traiteur en 2023, en %, et évolution en unités vs 2023, en %



Source : Circana, tous circuits

## Renouveler l'attractivité du rayon

« *Le rayon traiteur est aussi très sensible à l'offre et les intervenants y sont très nombreux. Chacun mise beaucoup sur le renouvellement de ses gammes et l'innovation de ses produits* », commente Sarah Sasso. Pour preuve, d'après Circana, le poids de l'innovation sur le traiteur (hors viandes élaborées) est de 1 % du chiffre d'affaires, là où il est de 0,8 % pour les PGC au global. Pour l'immense majorité des acteurs, il s'agit même d'une condition *sine qua non*. « *Notre rôle en tant que marque nationale est de créer de l'attractivité, du dynamisme sur la catégorie pour la soutenir et faire en sorte que les consommateurs ne se lassent pas* », explique Frédéric Flauss, directeur commercial Go to Market chez Fleury Michon.

« Le rayon traiteur est très sensible à l'offre et, après quelques années chahutées par différentes crises, les acteurs ont à cœur d'impulser une bonne dynamique au rayon pour répondre aux nouvelles attentes. »

### **Sarah Sasso, consultante chez Circana**

Mais l'innovation n'est pas le seul sujet central pour les acteurs du rayon traiteur, qui doivent composer avec de fortes attentes de la part des clients. Notamment sur les emballages, qui devront pour une grande partie d'entre eux être recyclables et remplir des critères stricts au niveau européen. Les consommateurs attendent aussi un travail sur la formulation, avec une grande attention portée à l'aspect nutritionnel, notamment en optant pour de la transparence, comme avec le Nutri-score ou la réduction d'un certain nombre de conservateurs.

La demande est forte également pour des produits venant de France, malgré les tensions récurrentes sur certains approvisionnements tels que les œufs ces derniers temps. Enfin, le consommateur français espère surtout préserver son porte-monnaie dans ce rayon conçu pour être pratique. Autant de sujets chauds pour le rayon du traiteur frais, confronté à un véritable jeu d'équilibriste.

✦ Synthèse IA ✦

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la dynamique contrastée du surgelé sucré. Les viennoiseries reculent en volume, les pâtisseries se maintiennent en valeur. Les marques nationales résistent mieux que les MDD grâce à l'innovation et au positionnement festif.

✦ Synthèse IA ✦

**LSA Data Marchés.** Les glaces, segment poids lourd de la famille des surgelés sucrés, ont vu leur chiffre d'affaires reculer en 2024 en raison du mauvais temps. La catégorie travaille à désaisonnaliser les ventes et continue d'innover pour répondre à l'évolution des habitudes.

Sylvie Lavabre

29 mai 2025 \ 00h00

1 min. de lecture

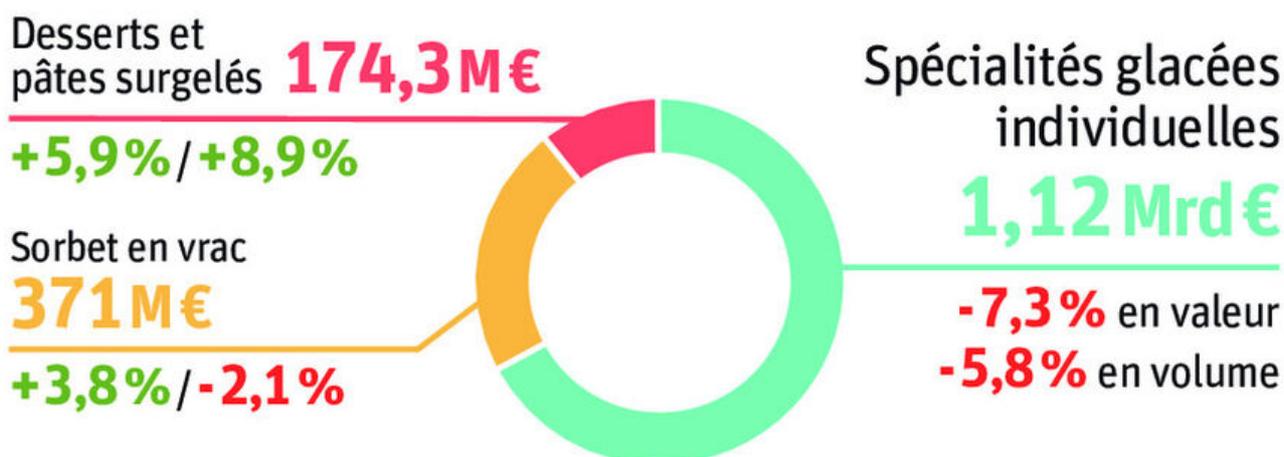
À la fin de l'année 2022, la rédaction a lancé LSA Data, une nouvelle rubrique qui s'est enrichie en 2023 avec une page d'infographies dans le magazine print. La formule a évolué en 2024. En plus d'une page dédiée aux chiffres clés d'un marché, comme ici le surgelé sucré ([cliquez ici pour télécharger en PDF](#)), une deuxième page LSA Data voit le jour. Elle est consacrée aux comportements d'achat des consommateurs. Ces infographies sont à retrouver en fin de magazine [et en ligne](#).



Source : Circana, CAM à P3 2025, tous circuits GSA

### La météo fait plonger les cônes et les esquimaux

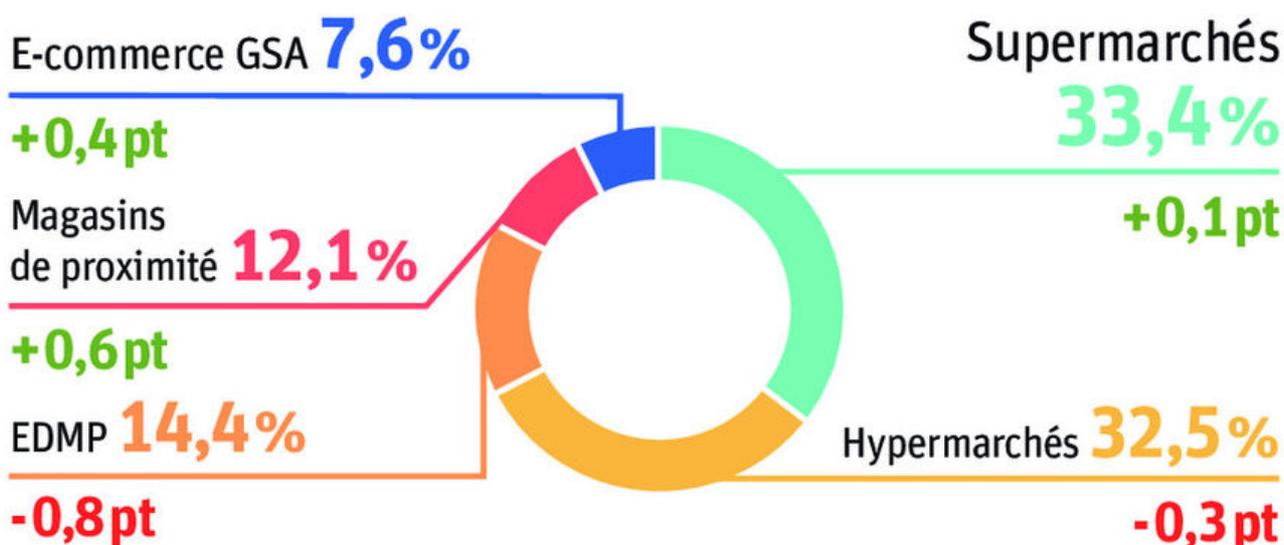
Chiffre d'affaires des segments du surgelé sucré, en M €, et évolution en valeur et en volume vs A-1, en %



Source : Circana, CAM à P3 2025, tous circuits GSA

### Les hypermarchés perdent du terrain

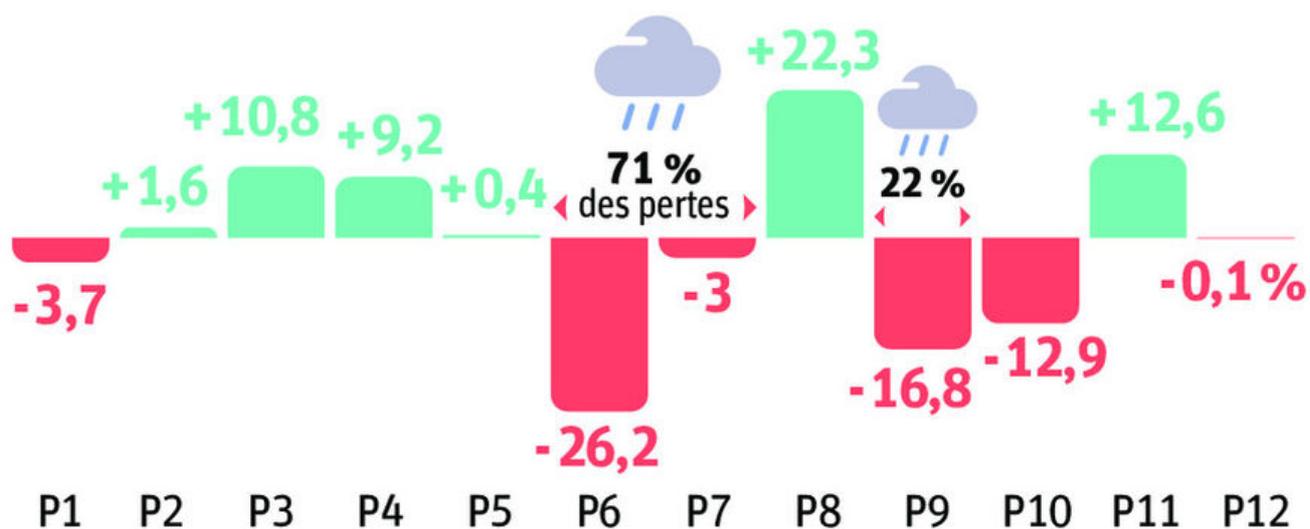
Part de marché en valeur des circuits dans le surgelé sucré, en %, et évolution vs A-1, en pt



Source : Circana, CAM à P3 2025, tous circuits GSA

### Un été et une rentrée en négatif pour les glaces

Évolution des ventes de glaces en unités en 2024 par période vs A-1, en %

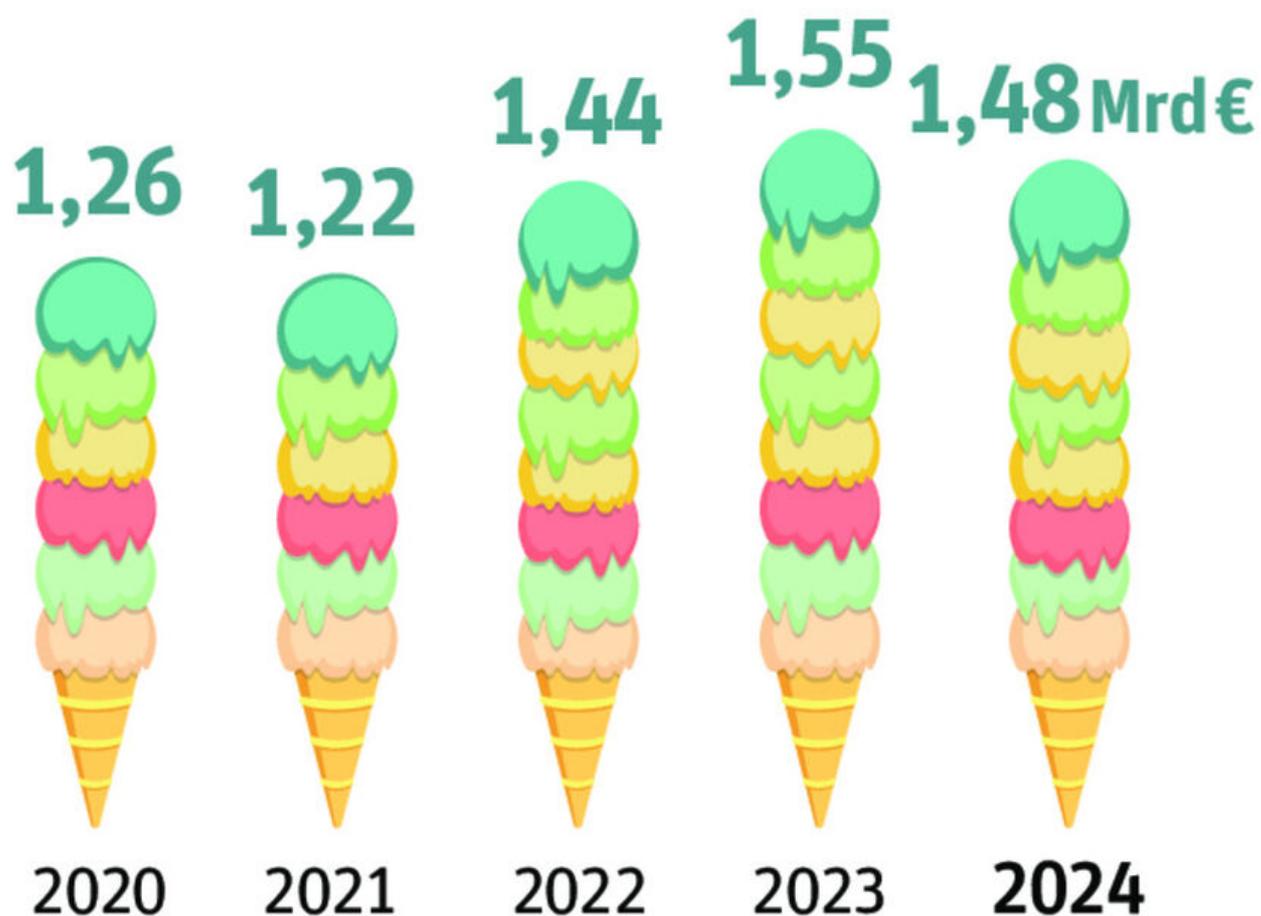


Source : NielsenIQ, 2024, HS + SM + e-commerce + proxi

### Des ventes en repli en 2024

Chiffre d'affaires des glaces entre 2020 et 2024, en Mrd €

Après une année 2023 exceptionnelle, les ventes des glaces s'affichent en repli en 2024 (- 4,7 %), mais restent tout de même supérieures à celles de 2022.



Source : NielsenIQ

**-3,1%**

L'évolution du prix des glaces  
en GMS hors promotion vs A-1

**Toujours plus de références**

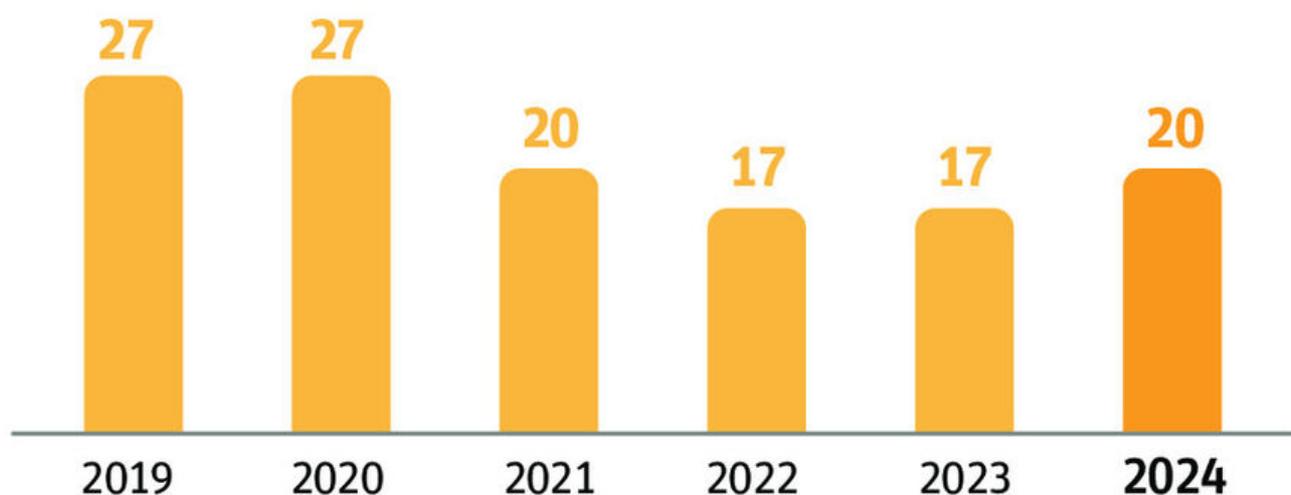
Évolution du nombre de références des types de marques de glaces en 2024 vs 2023, en %



Source : NielsenIQ, 2024, HM + SM

### Les innovations repartent à la hausse

Évolution du nombre d'innovations dans les surgelés (hors MDD) entre 2019 et 2024



**1,63 M€**

Le CA moyen par innovation dans les surgelés (hors MDD) vs **1,18 M€** en 2023

Source : NielsenIQ, CAM à P13 2024, HM-SM



## Les ventes et l'offre du frais libre-service

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

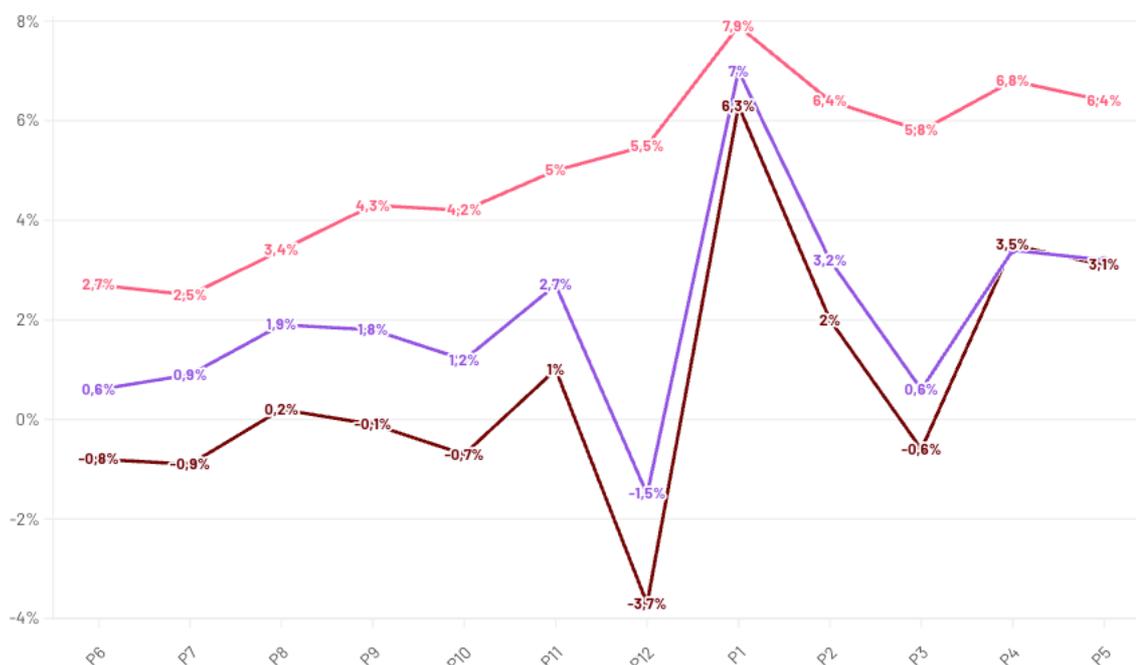
L'article traite des évolutions du libre-service frais : stabilité des ventes en volume, diversification de l'offre, développement des produits plus sains et premium. L'équilibre entre praticité et nutrition guide les choix d'assortiment en rayon.

✨ Synthèse IA ✨

Poids lourd des PGC, le frais non laitier affiche une baisse des ventes en valeur et en volume sur la dernière période, après une nette croissance. Avec une partie des produits fortement « météo sensibles », le secteur n'est pas à l'abri de virages délicats à négocier.

CAM du 27/05/2024 au 25/05/2025 CC du 30/12/2024 au 25/05/2025

- Evolution des ventes en valeur vs A-1(%)
- Evolution des ventes volumes vs A-1(%)
- Evolution du nombre de références (EAN) / semaine vs A-1



Source: Circana - Évolution vs A-1(%) - Total FLS - Tous circuits GSA (hors EDMP pour l'offre)

Évolution des ventes en valeur CAM : +0,6% et CC : +2,7%

Évolution des ventes en volume CAM : +2% et CC : +3,34%

Évolution du nombre de références (EAN)/semaine CAM : +5,1% et CC : +6,7%



\* A Flourish chart

## Tendance de consommation : pourquoi la volaille séduit de plus en plus les Français

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

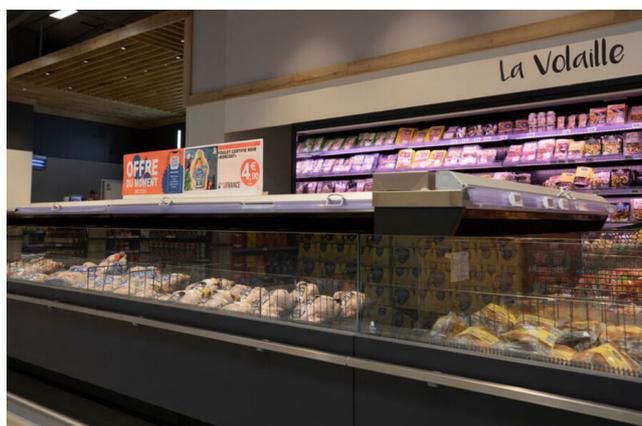
L'article traite du succès grandissant de la volaille auprès des consommateurs français. Appréciée pour son prix abordable, son image saine et sa polyvalence culinaire, elle répond aux attentes nutritionnelles et aux nouvelles habitudes alimentaires.

✨ Synthèse IA ✨

Les ventes de volailles maintiennent un niveau de croissance élevé en GMS, soutenues par les élaborés cuits panés, les produits de snacking et le retour du canard en rayon.

Christian Capitaine

07 juin 2025 \ 11h20



© Laetitia Duarte

À l'échelle mondiale, la volaille est la viande la plus consommée et son développement est assuré jusqu'en 2027, selon l'OCDE

Installées sur « *un rythme de croissance structurelle depuis près de deux décennies* », les ventes de volaille en GMS « *ont accéléré en 2024* », se félicite Rajaa Sevestre, directrice marketing et communication de Maître CoQ. Au rang de leurs principaux carburants : les pics inflationnistes de ces dernières années qui ont orienté les consommateurs vers la volaille, meilleur marché que les autres viandes fraîches. Mais pas seulement. « *C'est un produit consensuel, qui n'est pas interdit par les religions et se destine au plus grand nombre* », poursuit Rajaa Sevestre. À l'échelle mondiale, elle est la viande la plus consommée et son développement est assuré jusqu'en 2027, selon l'OCDE, sur un rythme annuel de croissance volume de 1,5 % (source : Anvol, interprofession volaille de chair).

« *Le bilan carbone de la volaille, qui devient un marqueur de plus en plus fort pour les consommateurs, est également bien meilleur que celui du bœuf, dont les Français se détournent* », explique Rajaa Sevestre. Et si elle est aujourd'hui « *la viande crue la plus consommée en France, c'est aussi parce qu'elle surfe sur la vague des produits faciles et rapides à mettre en œuvre, en portions individuelles, au rayon frais ou surgelé, à l'image des élaborés panés cuits* », analyse la directrice marketing.

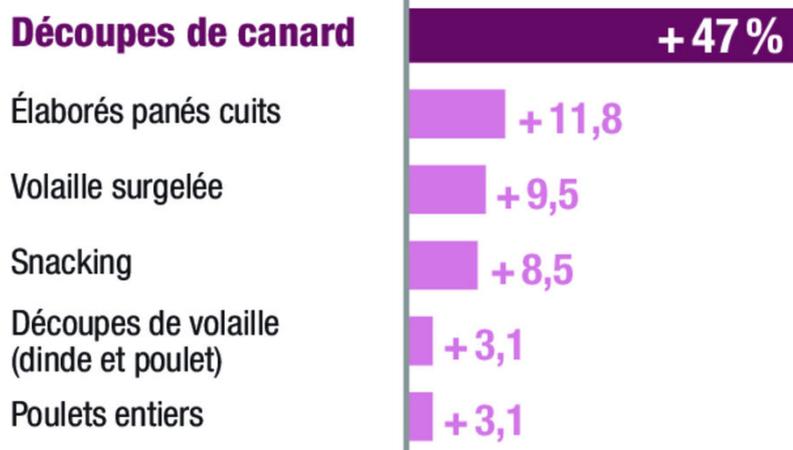
Un segment en croissance de près de 12 % en volume (CAM à P3 2025). Enfin, si les ventes de volaille progressent autant en France, c'est parce que « *la fréquence d'achat des consommateurs augmente d'année en année* », assure-t-on chez Maître CoQ. Selon Anvol, « *avec 28,5 kg par an et par habitant, la viande de volaille se retrouve désormais dans les assiettes des Français environ deux fois par semaine* ».

### Les chiffres

- + 2,5 % : l'évolution du **CA** du marché de la volaille, à 5,9 Mrds €
- + 4,9 % : l'évolution en **volume**, à 644 000 t

### Le retour du canard

Évolution en volume des ventes des différentes familles de produits de la volaille vs A-1, en %



Sources : Kantar, CAM à P3 2025, circuits généralistes

### Mini-brochettes et filets

Alors que les gammes de découpes de poulet et de dinde et les poulets entiers ont affiché, sur les douze derniers mois, un rythme de croissance sage et identique (+ 3,1 %), le canard, lui, s'est envolé : « *La hausse est particulièrement marquée. Les ventes en magasin ont bondi de 73,8 % en volume sur les huit premiers mois de 2024 en raison du retour de l'offre en rayons* », peut-on lire dans un rapport d'Anvol, et ce, après l'épisode de l'influenza aviaire particulièrement douloureux de 2023. L'offre de volaille en surgelés s'est également bien comportée, aussi bien en élaboré qu'en brut (+ 8,2 % et + 6 % en volume au CAM à P3 2025), au même titre que les produits de snacking.

Pour profiter de cette hausse, Maître CoQ a lancé, fin mars, au rayon frais LS dans sa nouvelle gamme estivale Les p'tits plaisirs, une recette gourmande idéale pour la cuisson au barbecue : des mini-brochettes de filets de poulet (au curry ou thym et citron) accompagnées de mini-saucisses de volaille nature ou aux herbes. Même velléité pour Le Gaulois de séduire les adeptes de la cuisson en extérieur avec le lancement, en avril, de deux marinades : les cuisses de poulet au thym et au citron, et les médaillons de poulet à l'olive et au romarin à passer « *seulement dix minutes, au barbecue ou à la plancha* », indique le fabricant.

### 100% origine France

Les médaillons de poulet marinés olive et romarin Le Gaulois sont sans peau, rapidement cuits et certifiés 100% origine France.



### Cibler les jeunes

La nouvelle gamme CoQ en Box, de Maître CoQ, en version hot and spicy, veut notamment séduire une clientèle jeune et nomade.



### Alternative au haché de bœuf

Maître CoQ mise sur ce haché à cuisiner à la dinde, lancé en octobre 2024, afin de se poser en alternative au haché de bœuf.



## Pourquoi McCain mise sur la France pour produire les frites de McDonald's

✦ Synthèse IA ✦

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la stratégie industrielle de McCain, qui investit en France pour produire localement les frites destinées à McDonald's. L'entreprise valorise la proximité avec les champs, la performance énergétique et la souveraineté alimentaire.

✦ Synthèse IA ✦

Forte de trois sites de production sur le sol hexagonal, l'entreprise familiale canadienne est en outre plus que jamais impliquée avec l'enseigne McDonald's dont elle assure 100 % de la production de frites surgelées.

Nicolas Monier

18 avril 2025 \ 19h00



© ANTOINE REPESE

L'usine de McCain à Matougues (Marne) abrite la plus importante ligne de production de frites au monde, selon l'industriel.

### En chiffres

- **600 000 t de produits finis par an** à partir de 1 million de tonnes de pommes de terre
- **800 agriculteurs** partenaires

- **3 usines en France**, à Béthune, Harnes (62) et Matougues (51)
- **350 M€ d'investissements** programmés sur cinq ans en France

Source : *McCain*

Discrète dans sa communication financière, l'entreprise canadienne McCain est très active sur le sol français. Elle y possède trois sites de production répartis dans le Pas-de-Calais (Béthune et Harnes) et dans la Marne (Matougues). Cette dernière usine abrite, selon l'industriel, la plus importante ligne de production de frites au monde. Et, surtout, l'entreprise a planifié près de 350 millions d'euros d'investissements sur cinq ans rien que sur le territoire français.

À l'occasion du Salon de l'agriculture, qui s'est tenu du 22 février au 2 mars, McCain, surtout connue en tant que productrice de frites surgelées, a tenu à rappeler ses engagements en France. À commencer par les quarante ans de partenariat avec la chaîne de restauration rapide McDonald's et ses 1 600 établissements. « *McCain est notre unique fournisseur de frites sur le sol français* », indique Guillaume de Beaurepaire, directeur supply chain chez McDonald's France. Avec 800 agriculteurs partenaires, la filiale hexagonale de McCain a développé autour d'elle tout un écosystème.

En amont, cela passe principalement par le Groupement des agriculteurs producteurs de pommes de terre (Gappi), un syndicat agricole français fondé en 1997 et fournisseur des trois usines McCain. « *La signature de contrats pluriannuels sur trois ans avec McCain permet à nos agriculteurs d'avoir une vraie visibilité avec des garanties de volume tout au long de l'année. D'autant plus sur des cultures risquées qui mobilisent beaucoup d'actifs* », explique Vincent Bournaison, agriculteur et administrateur du Gappi.

#### Cultures régénératives

Reste que la filière doit faire face à la pénurie de plants pour un certain nombre de variétés de pommes de terre, dont les plus communes dans leur utilisation pour le débouché « transformation ». Une nouvelle variété devrait d'ailleurs sortir en mai prochain. Il faut une décennie pour parvenir à ce qu'une variété, de sa conception à sa culture, voit le jour. Avec les problématiques écologiques, les agriculteurs doivent également réfléchir sur de nouvelles formes de cultures régénératives. Et donc investir. « *L'ambition est de déployer l'agriculture de régénération sur 100 % des surfaces de pommes de terre cultivées pour McCain d'ici à 2030* », précise l'entreprise.

En France, cela représente tout de même près de 600 000 tonnes de produits finis élaborés à partir de 1 million de tonnes de pommes de terre. « *Notre activité hexagonale se ventile entre la GMS, pour 30 %, et la restauration hors domicile, à hauteur de 70 %* », estime François-Xavier Vauchelle, directeur exécutif des affaires publiques et du développement durable de McCain Europe continentale. En 2024, McCain Alimentaire a déclaré, en France, un chiffre d'affaires de 389 millions d'euros.

## Produits festifs et de la mer : comment Labeyrie Fine Foods compte accroître de 30 % ses volumes en 3 ans

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du plan de développement de Labeyrie Fine Foods, qui ambitionne une croissance de 30 % de ses volumes en trois ans. Cela passe par l'innovation, le renforcement industriel et l'extension des gammes premium.

✨ Synthèse IA ✨

Après quatre années consacrées à la sécurisation de ses filières, le spécialiste des produits festifs et du traiteur de la mer dévoile la seconde phase de son plan stratégique « *Tous unis pour 2028* » avec, entre autres, une ambition de hausse de 30 % de ses activités d'ici à 3 ans.

Charlotte Barriquand

12 juin 2025 \ 16h05

Mis à jour 18 Juin 2025



© CB

Ce jeudi 12 juin dans Paris, l'ETI Labeyrie Fine Foods a présenté la deuxième phase de son plan stratégique sur les quatre années à venir.

Pour le groupe Labeyrie Fine Foods, le temps est venu de se donner les moyens de ses ambitions. "Après des années de polycrises dans le secteur agroalimentaire, au cours desquelles les règles du jeu ont changé et où il a fallu s'adapter, le temps est venu pour nous d'accélérer et de nous engager dans un plan plus ambitieux", explique Jacques Trottier, président directeur général de Labeyrie Fine Foods. A la suite d'une première phase de "sécurisation de nos approvisionnements, de nos marges, usines, collaborateurs et nos filières, avec parfois des moments plus délicats que d'autres comme la fermeture de notre site de sushi à Boulogne-sur-Mer, l'heure est venue de passer à la phase 2", annonce le PDG.

## 120 millions d'euros d'investissement sur quatre ans

### Une organisation en 4 pôles

Fin 2023, Labeyrie Fine Foods a annoncé une réorganisation sa direction, par filières bien distinctes.

- **Premium** : Ce pôle est dédié aux activités de la marques Labeyrie telles que le saumon fumé, les produits à base de canard et la charcuterie.
- **Trendy** : Avec ses marques Blini et l'Atelier Blini, le pôle Trendy pèse aujourd'hui pour 20% dans les activités du groupe.
- **Océan** : Il regroupe l'activité saumon et truite fumée, ainsi que les crevettes, à marque Delpierre.
- **UK** : 42% du CA de Labeyrie Fine Food est réalisé en dehors de la France, notamment au Royaume-Uni. Récemment, la marque "The Real Sea Food" a été lancé et connaît un réel succès.

Une seconde phase résumée en une phrase : "Tous unis pour 2028", qui marque une accélération, notamment en matière d'investissements. "Entre 2024 et 2028, nous allons investir 120 millions d'euros sur l'ensemble de nos 12 sites industriels, dont 9 en France", détaille Jacques Trottier. Au cours des quatre dernières années, l'ETI avait investi 100 millions d'euros. "Notre enjeu est d'investir pour gagner en efficacité, il faut que l'on continue de marche en avant. Mais nous devons aussi moderniser et optimiser nos usines, pour lier confort et attractivité. Car cela sera un point hautement stratégique à terme, si ce ne l'est pas déjà, pour pouvoir continuer à attirer et produire", ajoute le dirigeant.

## Augmenter de 30% ses volumes vendus d'ici 2028

Des investissements qui auront plusieurs objectifs, à commencer par l'augmentation des volumes de l'entreprise. En 2024, Labeyrie Fine Foods a vendu 290 millions d'unités, sur l'ensemble de ses marchés, tous produits confondus. L'ambition est d'atteindre les 400 millions d'ici à 2028, soit une augmentation de 30% des capacités. "Nous sommes confiants. L'année passée nous avons progressé cinq fois plus que l'ensemble des marchés alimentaires en Europe", assure le président.

**867 millions d'euros** : le chiffre d'affaires de Labeyrie Fine Foods de CA en 2023/2024

Dont :

- 44% réalisé sur les activités poissons
- 25% sur les crustacés
- 18% sur les produits apéritifs tels que les tartinables
- 12% sur les produits du terroir

Source : Labeyrie Fine Foods.

Une croissance qui se fera, toujours selon les objectifs que s'est fixés l'ETI, à moitié sur leurs « terrains de jeu historiques » à savoir le saumon fumé, le foie gras ou encore les tartinables, et l'autre moitié sur les marchés « de challenge » tels que la truite fumée, la charcuterie cru ou les olives fraîches. "Toutes ses catégories sur

lesquelles nous ne sommes pas encore leader, mais notre ambition est de la devenir dans les prochaines années", commente Jacques Trottier.

L'ETI ambitionne également d'accélérer son développement sur le food-service, qui pèse aujourd'hui environ 10% de ses activités, ainsi qu'à l'international avec le Belgique, l'Italie ou la Suisse pour l'Europe mais aussi l'Asie et le Moyen-Orient. "Ces deux dernières régions sont très stratégiques pour nous car le pouvoir d'achat est élevé et le savoir-faire culinaire français est reconnu", explique Jacques Trottier.

## Miser encore plus sur l'innovation

Le spécialiste des produits frais a toujours beaucoup misé sur l'innovation. "Dans le rayon traiteur de la mer notamment, le driver principal est l'innovation et post Covid, les distributeurs avaient mis un coup de frein voir arrêté complètement de miser sur les nouveautés produits. Depuis peu, on sent un regain d'intérêt", ajoute le PDG. Dans ce sillon, l'ETI annonce avoir pour ambition de doubler son nombre d'innovations d'ici 2028.

### Opération séduction ?

Le groupe est détenu depuis 2014 par un attelage inédit réunissant, le groupe coopératif Lur Berri, qui fournit notamment les canards gras de Labeyrie, et le fonds d'investissement français PAI Partners, par ailleurs actionnaire de Tropicana, le spécialiste des jus de fruits, d'European Pizza Group, l'ancien pôle pizza surgelé de Nestlé, ou d'Euroethnic foods, fournisseur des produits d'épicerie et des boissons de Grand Frais. Avec l'ouverture du capital à l'actionnariat salarié, les deux partenaires se partagent aujourd'hui à parité 82% du capital (46% chacun). Ce plan stratégique 2024-2028 devrait contribuer à rendre Labeyrie Fine Foods encore plus désirable, si d'aventure l'un des deux partenaires souhaitait céder sa participation.

## Garder un engagement fort en matière de RSE

S'ajoutent à ces grands objectifs de développement, des projets toujours ambitieux en matière de durabilité avec notamment un travail continu sur les emballages ou la réduction du CO<sup>2</sup> dans les usines, ou encore en matière de bien-être animal. "Nous travaillons depuis de nombreuses années sur la labélisation de nos filières, comme c'est le cas par exemple sur le pois chiche. Nous avons récemment labélisé "Agri-Ethique" notre filière canard, pour garantir la juste rémunération aux agriculteurs. Nous sommes également en train de travailler sur la rédaction d'un référentiel sur le bien-être des saumons et des crevettes", liste Gaëlle Ouari, directrice de la communication et de la RSE chez Labeyrie Fine Foods.

Enfin, l'ETI souhaite conserver une dimension sociétale dans ce projet à 2028 en impliquant les collaborateurs. "L'ensemble de nos collaborateurs aura, s'il le souhaite, la possibilité de changer de poste en interne, de mission ou voir sa carrière évoluer au sein du groupe. C'est un critère important notamment chez la jeune génération qui souhaite apprendre et monter en compétence", ajoute Jacques Trottier.



## Vague de chaleur et canicule : tous les chiffres sur la consommation de glaces

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'effet des vagues de chaleur sur les ventes de glaces. Les pics de consommation sont corrélés aux hausses de température. Les formats individuels, comme les cônes et bâtonnets, restent les plus prisés par les Français.

✨ Synthèse IA ✨

**LSA Data Conso** | Qui achète le plus de glaces et desserts glacés ? Comment ont évolué les prix depuis 2023 ? Où en achète-t-on le plus ? La rédaction vous propose huit infographies pour tout comprendre sur les achats de glaces et desserts glacés.

La Rédaction

18 juin 2025 \ 18h30

1 min. de lecture



© 123RF/nastyaofly

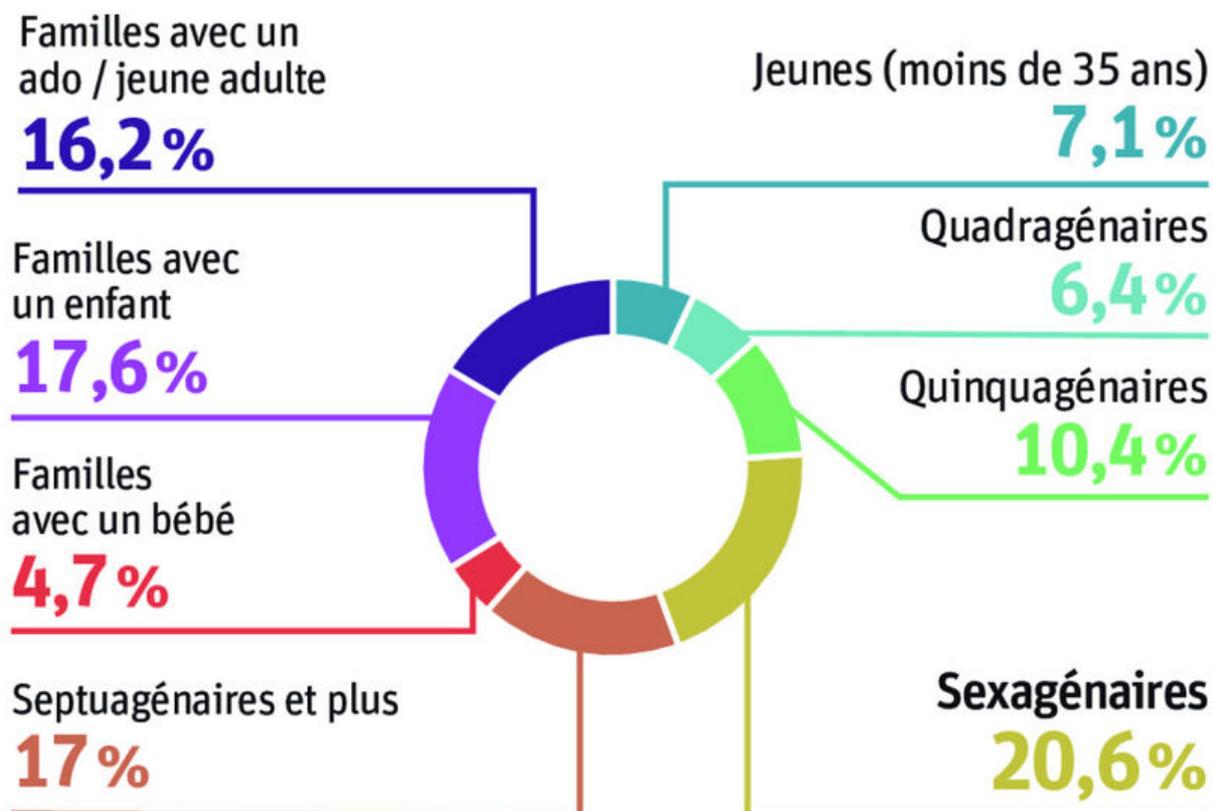
Les familles avec un enfant adorent les glaces : elles représentent à elles seules 17,6 % des dépenses en glaces et desserts glacés.

À la fin de l'année 2022, la rédaction a lancé LSA Data, une nouvelle rubrique qui s'est enrichie en 2023 avec une page d'infographies dans le magazine print. La formule a évolué en 2024. En plus d'une page dédiée aux chiffres clés d'un marché, une deuxième page LSA Data est consacrée aux comportements d'achat des

consommateurs grâce aux données de Kantar. Des infographies à retrouver en fin de magazine et en ligne, comme ici sur la consommation et l'achat de glaces et desserts glacés.

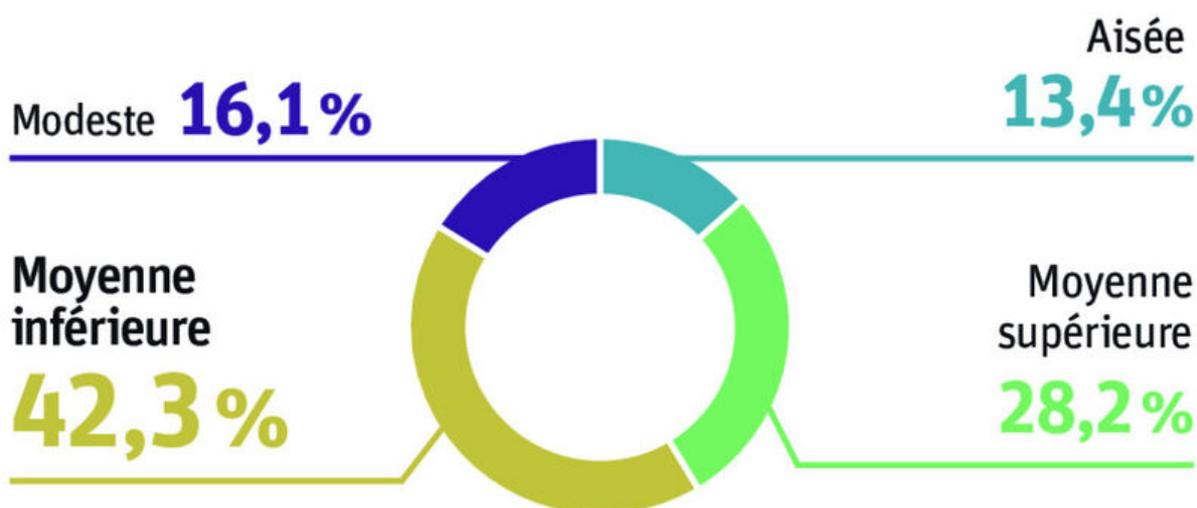
### Les seniors et les familles en raffolent

Répartition des dépenses de glaces et desserts glacés par tranche d'âge et situation familiale en CAM à P4 2025, en %



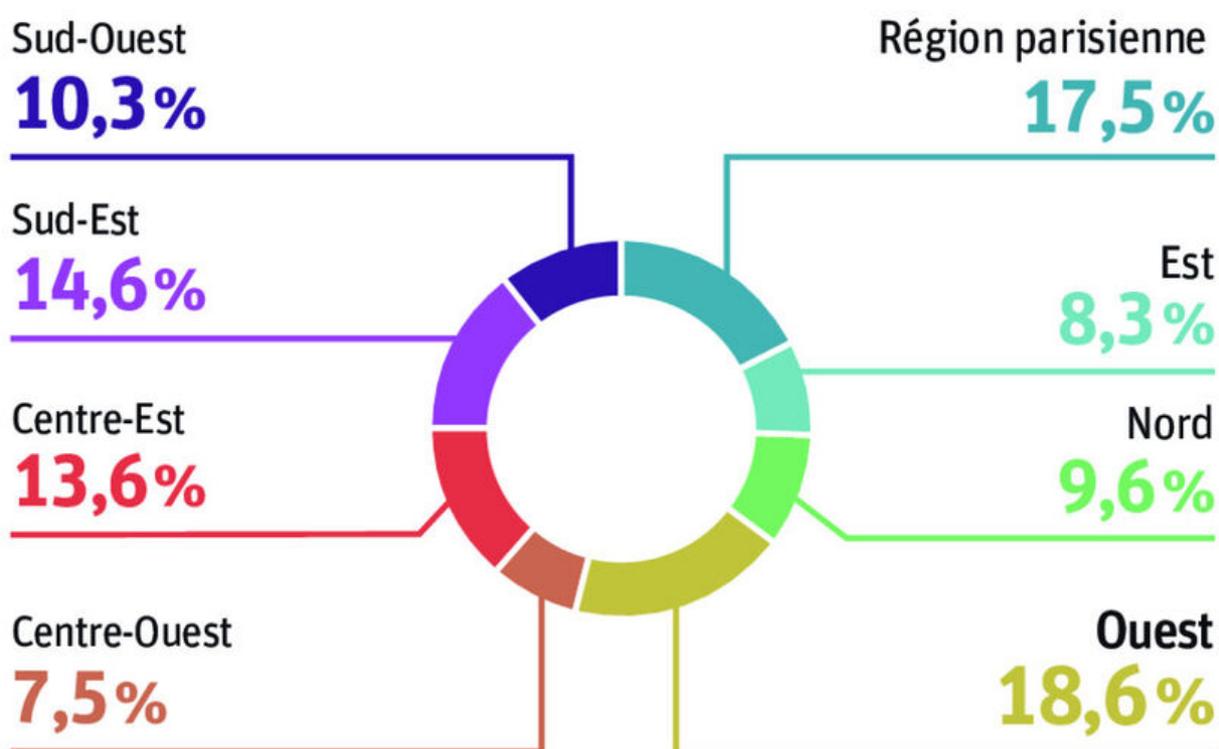
### Les classes moyennes fondent de plaisir

Répartition des dépenses de glaces et desserts glacés par catégorie socioprofessionnelle en CAM à P4 2025, en %



### Des glaces à foison à l'Ouest

Répartition des dépenses de glaces et desserts glacés par zones géographiques en CAM à P4 2025, en %

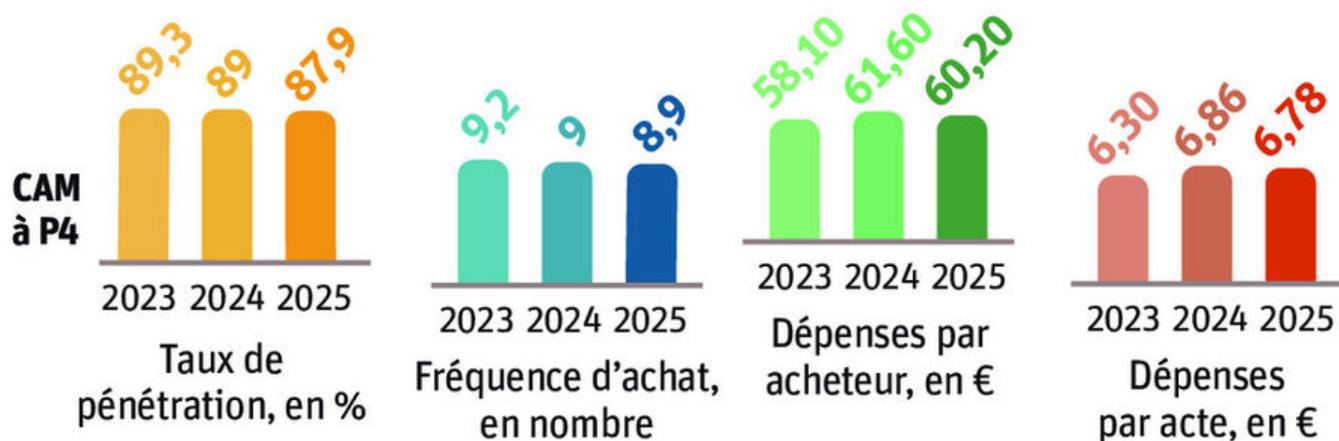


### L'envolée des prix se poursuit

Prix moyen au litre des glaces et desserts glacés, en euros

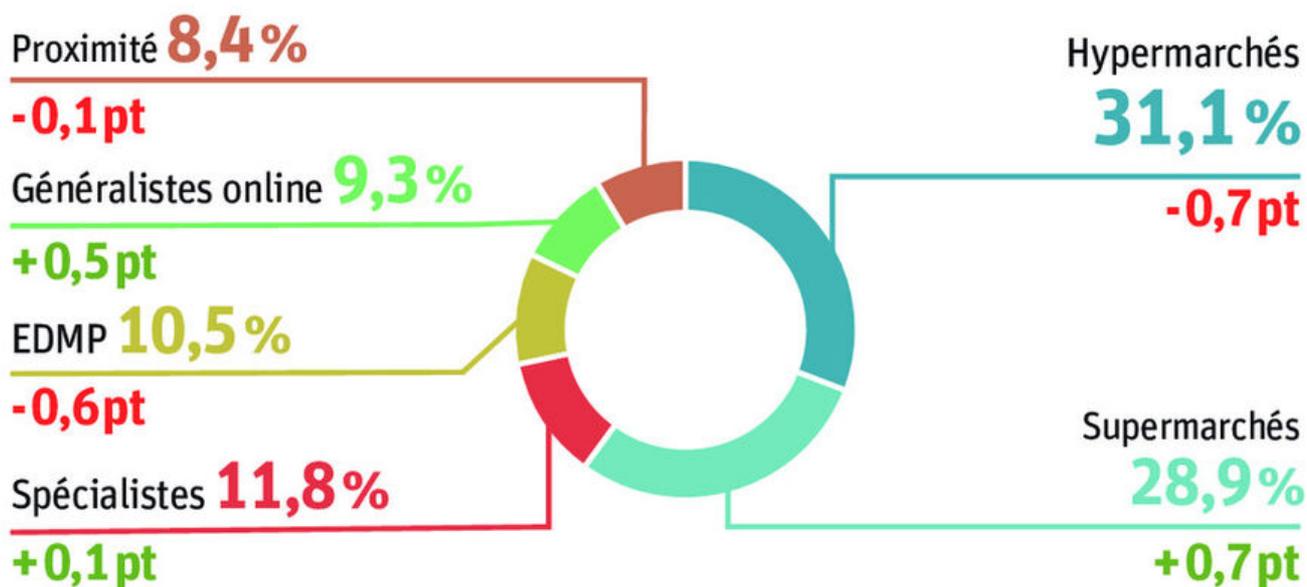


#### Coup de froid sur la pénétration



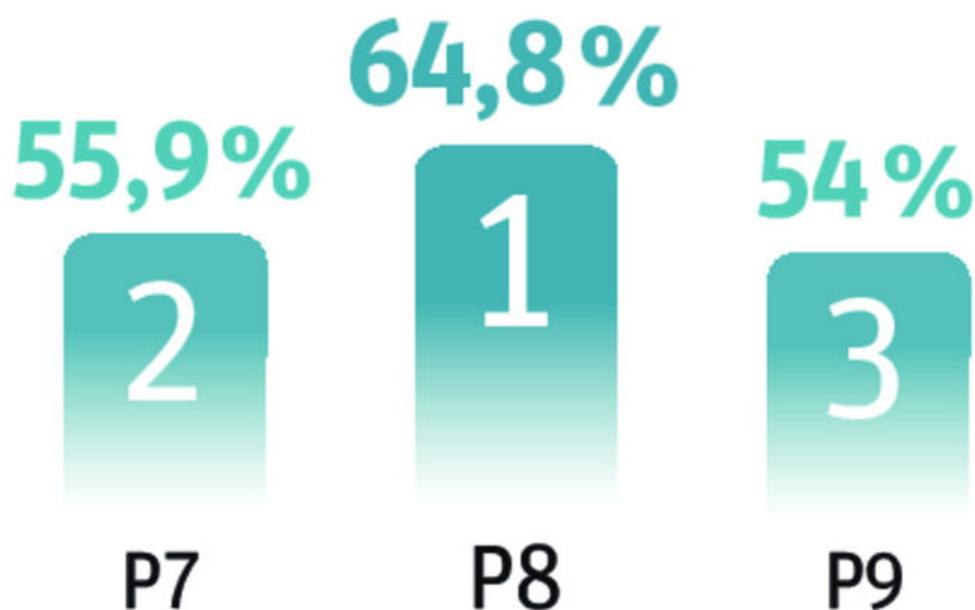
#### Les supermarchés et le drive régulent

Part de marché en valeur par circuits des dépenses de glaces et desserts glacés en CAM à P4 2025, et évolution vs CAM à P4 2024



### L'été pour moteur

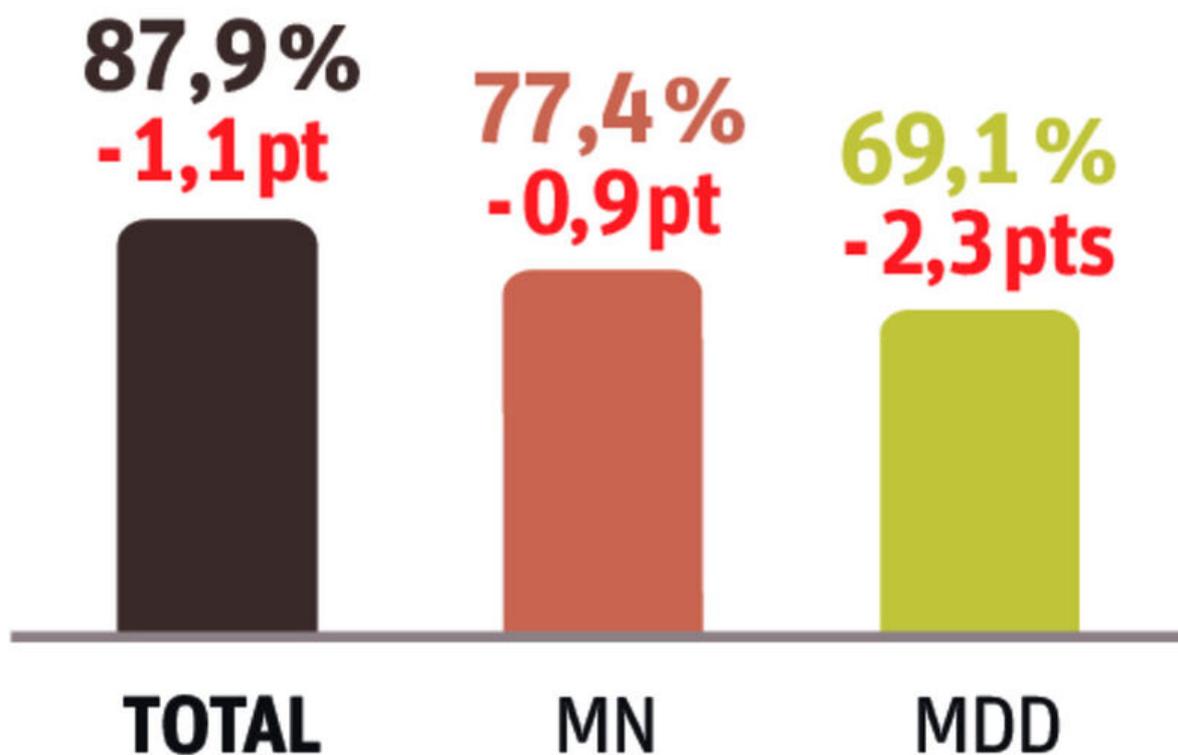
Top 3 des périodes pendant lesquelles les glaces et desserts glacés ont été le plus achetés en 2024, en taux de pénétration



P8 = 8.07 au 4.08, P7 = 10.06 au 7.07, P9 = 5.08 au 1.09

### Les MDD plombées

% des foyers acheteurs de glaces et desserts glacés (au moins une fois en CAM à P4 2025), % de foyers acheteurs de marques nationales et de MDD, et évolution vs CAM à P4 2024



### Méthodologie

Ces données sont issues d'un échantillon de 20 000 foyers panélistes de Kantar Worldpanel. Elles sont calculées sur un univers « généralistes » (hypers + supers + EDMP + proximité + internet) et circuits spécialisés, et représentent les dépenses des ménages ordinaires en PGC + frais libre-service pour la consommation au domicile.

Infographies David Guéret/LSA



## Vague de chaleur et canicule : Picard, cette enseigne qui vend 100 glaces par minute

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la performance de Picard durant les pics de chaleur, où l'enseigne vend jusqu'à 100 glaces par minute. L'offre variée, la qualité perçue et la capacité à répondre aux attentes saisonnières expliquent ce succès.

✨ Synthèse IA ✨

En 2024, Picard confirme son statut d'acteur incontournable du marché des glaces en France, avec plus de 20 millions d'unités vendues, soit 100 glaces écoulées chaque minute. L'enseigne mise sur une offre large, innovante, naturelle et accessible pour satisfaire toutes les envies.

Sylvie Lavabre

21 juin 2025 \ 07h18



© Picard

Picard place ses bâtonnets à la fraise parmi les références de glaces les mieux notées sur Yuka en 2024.

### **Chiffres clés**

- 20 millions de glaces vendues en 2024.
- 100 glaces vendues chaque minute en moyenne.

- 120 références en marque propre, dont 18 nouveautés exclusives.
- Prix accessibles : mochis individuels à 0,99€, boîte de 6 bâtonnets fruités à 2,99€.
- Le marché des glaces en France représente 1,5 milliard d'euros en 2024.

Face à une vague de chaleur exceptionnelle ces derniers jours, Picard profite pleinement de la dynamique favorable du marché, estimé à 1,5 milliard d'euros en 2024. Cette croissance s'appuie sur une gamme riche de plus de 120 références en marque propre, incluant 18 nouveautés exclusives cette saison, mêlant grands classiques et saveurs originales telles que Citron Yuzu Menthe ou Myrtille-Hibiscus.

## Une offre variée pour tous les goûts et modes de consommation

L'assortiment Picard s'adapte à tous les moments, avec des formats allant du bâtonnet individuel nomade au grand pot familial. L'enseigne propose des produits à prix accessibles : les mochis sont à 0,99 € l'unité et les boîtes de 6 bâtonnets fruités à 2,99 €. Picard innove aussi dans les portions individuelles avec notamment des barres glacées, des mochis (6 références dont une nouvelle recette vanille) et des pots individuels. Pour répondre à la réduction de la taille des foyers, l'offre comprend également des packs de 4 bâtonnets ou 6 cônes glacés.

## Naturalité et qualité : un engagement fort

L'un des piliers du succès de Picard réside dans la qualité et la naturalité de ses produits : sans édulcorants, sans colorants artificiels ni exhausteurs de goût, avec une liste d'ingrédients courte et un NutriScore maîtrisé (notamment des notes B et C). La collection «healthy» séduit avec des bâtonnets à faible calorie comme le Myrtille-Hibiscus (44 calories par bâtonnet), ainsi que des parfums classiques comme la menthe et le citron. Les enfants bénéficient aussi de bâtonnets fruités mini, réalisés à partir de jus et purées de fruits, sans arômes ni colorants. Picard est ainsi reconnu parmi les 10 références les mieux notées sur Yuka en 2024, avec ses bâtonnets glacés aux fruits et son sorbet «La fraise» occupant les deux premières places.



## Coopérative U : Dominique Schelcher réélu PDG pour un deuxième mandat de six ans

✦ Synthèse IA ✦

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la reconduction de Dominique Schelcher à la présidence de Système U. Réélu pour six ans, il entend poursuivre les engagements en faveur d'un modèle coopératif moderne, avec un recentrage stratégique sur le commerce de proximité.

✦ Synthèse IA ✦

Ce 24 juin, Dominique Schelcher, à la tête du quatrième distributeur français, a été réélu par ses pairs pour un nouveau mandat de six ans. A 54 ans, son objectif est de mener la coopérative à 15% de part de marché.

Magali Picard

24 juin 2025 \ 11h55



© Laetitia DUARTE

A 54 ans, Dominique Schelcher est réélu pour un deuxième mandat de PDG.

C'est fait. Ce matin du 24 juin 2025, réuni au siège de Coopérative U, à Rungis (Val-de-Marne), le conseil d'administration national, qui réunit 18 administrateurs des quatre régions de Coopérative U (Est, Ouest, Nord-Ouest et Sud), a voté en faveur de la reconduction du mandat de Dominique Schelcher. Auparavant, les élus des quatre régions ont renouvelé son mandat d'administrateur national. Ce vote a eu lieu à l'unanimité, sans candidat opposé, l'Alsacien étant le seul en lice.

## "Cap 15", le plan de développement du nouveau PDG

Voilà Dominique Schelcher en route pour un nouveau mandat de six ans. Celui qui a permis à Coopérative U de mener une croissance raisonnable et permanente ces six dernières années (en 2024, son chiffre d'affaires a progressé de 2,8% avec carburants, à 34,12 milliards d'euros) a aussi œuvré pour des ralliements majeurs. Dernier en date, celui du groupe bourguignon Schiever (183 magasins, 1,5 milliard d'euros de chiffre d'affaires, dont 80% dans l'alimentaire). Dans un entretien accordé à LSA en avril 2024, Dominique Schelcher avait fixé son cap : 15% de part de marché d'ici à 2030. Au 18 mai dernier, selon Kantar Worldpanel, Coopérative U avait atteint 12,8%.

Coopérative U en chiffres (à fin 2024)

- Un chiffre d'affaires de 34,12 milliards d'euros avec carburants (+2,8%, +4 sans les carburants)
- 1800 magasins
- 102 746 m<sup>2</sup> supplémentaires en 2024 (60 ralliements, 21 créations, 2 transferts, 31 agrandissements)
- 2 500 salariés à la centrale dont 800 à Rungis
- 1 200 associés
- 5 500 salariés à U Log
- 500 salariés à U Tech

Source : entreprise

## Un ex-Monoprix passe chez Grand Frais : un recrutement stratégique pour Prosol

✦ Synthèse IA ✦

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'arrivée d'un ancien cadre de Monoprix à la direction de Prosol (Grand Frais). Ce recrutement illustre la volonté du groupe de structurer sa croissance et d'intégrer des profils issus de la grande distribution classique.

✦ Synthèse IA ✦

Ancien directeur des achats métiers chez Monoprix depuis 2014, Sylvain Gaudu rejoint Prosol, actionnaire et fournisseur de Grand Frais comme patron patron d'une nouvelle BU dédiée au traiteur. Un mouvement stratégique qui confirme les ambitions de développement du distributeur spécialisé dans les produits frais.

Nicolas Monier

25 juin 2025 \ 07h26

1 min. de lecture



© ANNE LOUBET

Magasin Grand Frais du Prado à Marseille.

Ex patron de Monoprix et de Franprix, Jean-Paul Mochet, président de Prosol (Grand Frais, Fresh, Mon-marché.fr) depuis mars 2024, continue de renforcer ses équipes. Sylvain Gaudu vient ainsi de rejoindre la société de distribution créée en 1992 par Denis Dumont, selon des informations confirmées par la direction comme patron de la nouvelle business unit de l'entreprise, dédiée au traiteur frais. Cette division naissante mais

très prometteuse vient s'ajouter aux 4 poles historiques du principal approvisionneur et co-gestionnaire de l'enseigne Grand Frais : les fruits et légumes, la marée, la crèmerie et les produits carnés. Ancien directeur des achats métiers chez Monoprix depuis 2014, Sylvain Gaudu a démarré sa carrière en 1992 comme directeur du développement alimentaire aux Galeries Lafayette-Le BHV Marais jusqu'en 2006.

## Ex de chez Midoré et ancien consultant pour Moisan

A cette date, il prend la gérance de Midoré, une chaîne de boulangeries/sandwicheries. En 2014, il devient consultant pour Moisan, enseigne de pain bio avant d'intégrer Monoprix et d'y rester pendant presque onze ans. Sylvain Gaudu est diplômé de l'École de la distribution (ex-Ecal).

Pour rappel, il y a quelques semaines, l'ancien conseiller de l'ex-ministre du Commerce Olivia Grégoire, le juriste de formation Sylvain Maisonneuve avait également rejoint Prosol comme directeur de la stratégie. Grand Frais a bouclé son exercice fiscal décalé à fin mars 2025 sur un chiffre d'affaires de 4,59 milliards d'euros, en croissance de 15%.

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'attrait croissant des Européens pour les produits surgelés, perçus comme pratiques, anti-gaspi et mieux adaptés aux rythmes modernes. L'étude révèle un lien entre pouvoir d'achat, qualité attendue et fréquence d'achat.

✨ Synthèse IA ✨

Nomad Foods, maison mère de Findus France, a publié son premier rapport annuel Frozen in Focus. Il révèle une montée en puissance des produits surgelés dans les foyers européens, séduits par leur praticité, les économies réalisées et les bénéfices nutritionnels.

Sylvie Lavabre

28 juin 2025 \ 12h05

1 min. de lecture



© 123RF

La consommation de surgelés est croissante en Europe selon une étude de Nomad Foods.

Menée auprès de plus de 7500 Européens dans cinq pays, une étude de Nomad Foods (la maison mère de Findus France), révèle que les surgelés occupent une place grandissante dans les repas quotidiens. En France, 38 % des consommateurs en consomment deux à quatre fois par semaine, et près de 21 % jusqu'à neuf fois. Cette fréquence grimpe à 34 % chez les 18-24 ans, signe d'une adoption jeune et dynamique.

Praticité, gain de temps, maîtrise du budget et lutte contre le gaspillage alimentaire : les motivations sont multiples.

## Des atouts nutritionnels reconnus

La dimension nutritionnelle des surgelés est désormais bien perçue, avec 72 % des Français valorisant leurs bienfaits, un taux nettement supérieur à la moyenne européenne (63 %). Cependant, les plus jeunes restent un peu plus sceptiques : 59 % des 18-24 ans estiment que les surgelés sont aussi nutritifs que les produits frais, contre une proportion plus élevée chez les générations plus âgées. « *Chez Findus, nous avons intégré le Nutri-score sur tous nos produits dès 2019 et réduit significativement la teneur en sel, pour mieux répondre aux attentes* », explique Vincent Theismann, Country Manager Findus France.

## Le congélateur, pivot d'un mode de vie durable et innovant

L'étude révèle également que le congélateur est devenu un outil incontournable : 61 % des Français ne pourraient s'en passer, et 45 % le considèrent sous-estimé. Pourtant, l'espace disponible reste un frein, notamment pour les 18-34 ans, 71 % d'entre eux souhaitant davantage de capacité. Le développement de nouveaux appareils culinaires (friteuses sans huile, blenders) et l'influence des réseaux sociaux, notamment TikTok, dynamisent la consommation de surgelés, notamment chez les jeunes.

## Le surgelé, levier contre le gaspillage alimentaire

Près de la moitié des Français (49 %) achètent des surgelés pour réduire le gaspillage alimentaire, une motivation encore plus forte au Royaume-Uni (59 %) et en Italie (50 %). La possibilité de consommer des produits de saison tout au long de l'année séduit 46 % des Français, qui perçoivent les surgelés comme un moyen d'allier qualité et praticité.

« *Le surgelé ne se limite plus à un simple stockage, il devient un pilier d'un mode de vie plus efficace, durable et nutritif* », conclut Stéfan Descheemaeker, PDG de Nomad Foods.

## Consommation : les ventes de viande de bœuf se redressent progressivement

✦ Synthèse IA ✦

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite d'un léger rebond des ventes de viande de bœuf en GMS, après plusieurs années de baisse. Le retour en grâce des produits sous signes de qualité et le soutien des enseignes jouent un rôle dans ce redressement.

✦ Synthèse IA ✦

Soutenue par les canaux de la proximité et du drive, la viande bovine sort de l'ornière grâce, notamment, à des produits prêts à cuisiner, comme les boulettes, et à une offre diversifiée de hachés, sa catégorie reine, qui a retrouvé le chemin de la croissance.

Christian Capitaine

28 juin 2025 \ 12h00



© LAETITIA DUARTE

En cette première partie de 2025, la croissance est de retour sur le marché du bœuf.

Lentement, mais sûrement, la viande bovine retrouve grâce aux yeux des clients. Après une baisse quasi continue de la consommation depuis deux décennies et une année 2023 à - 3,7 %, le repli n'a été que de 1,9 % en 2024. « *Le ralentissement de l'inflation et la stabilité des abattages français de gros bovins (+ 0,4 % en tonne équivalent-carcasse) aurait en 2024 limité la baisse de la consommation de viandes bovines* », constate-t-on à l'Institut de l'élevage.

Dans le même temps, celle de viande bovine origine France (VBF) se serait contractée de 2,2 % et celle issue de l'import, « *un peu moins fortement, de 1 %* », notamment grâce au secteur de la restauration hors domicile, « *principal point d'entrée des viandes d'import* », qui a été « *dynamique* » (+6 % de CA en 2024).

Mieux : en cette première partie de 2025, la croissance est de retour sur le marché du bœuf. Et elle continue d'être véhiculée par les canaux de vente de la proximité et du drive (respectivement + 11,9 % et + 15 % sur P4 2025 vs P3 2024). Dans un univers global des viandes (produits élaborés et poids fixe) à + 7,3 % en volume et + 6,2 % en valeur au CAD P3 2025, le segment des hachés (50 % du CA des viandes élaborées du rayon libre-service de la GMS) a affiché en volume et en valeur respectivement + 7,2 % et + 6,1 %.

« *Le marché du bœuf est en belle croissance depuis fin 2024. Celle-ci est entre autres liée à la hausse de la pénétration dans les foyers, qui a gagné un point, pour atteindre 82,5 %, alors que les fréquences d'achats sont demeurées stables, se félicite Virginie Le Port, responsable marketing chez Bigard. Dans les hachés, relevons également les bonnes performances du segment des boulettes, qui restent des produits ludiques, prêts à cuisiner et accessibles.* »

## Les chiffres

- **- 1,9 %** : l'évolution de la consommation de viande bovine en France en 2024, à 1,4 million de tonnes équivalent-carcasse (TEC) vs - 3,7 % en 2023

Source : Institut de l'élevage, tous canaux de vente

- **+ 2,6 %** : l'évolution de la consommation de la viande de boucherie, à 1,79 Mrds €
- **- 2,8 %** : l'évolution de la consommation de la viande hachée surgelée, à 205 M €
- **+ 6,1 %** : l'évolution de la consommation de la viande hachée fraîche, à 338 M €

Sources : Interbev, d'après Nielsen, CAD à P5 2025, tous canaux de vente GMS ; Circana, CAD à P4 2025, HM + SM + proximi + drive

## Recul des grosses pièces

Même si l'inflation a reculé, l'accessibilité prix reste, en effet, un fort vecteur d'achat. « Au sortir de l'inflation, ce sont les offres classiques, accessibles, ainsi que les MDD qui se sont plutôt développées, alors que les offres labellisées ont de nouveau été en baisse sensible sur l'ensemble de l'année 2024 », confirme Stéphanie Bérard-Gest, directrice marketing et innovation chez Charal. « Certes, les rotations des références Label rouge ont - retrouvé de la croissance, mais l'inflation a cassé leur élan, et leur diffusion a décliné dans les magasins », abonde Virginie Le Port.

Autre relais de croissance de la catégorie bovine – qui se vérifie sur l'ensemble des viandes vendues en GMS : la facilité de mise en œuvre, celle-ci s'exprimant, note Stéphanie Bérard-Gest, « dans les recettes préparées par nos consommateurs ». C'est-à-dire : « Moins de grosses pièces, mais plus de travail de la viande sous la forme d'ingrédients, de poêlées, de fajitas, de ramen ou de burgers. »

Incarnation de cette tendance chez Charal avec sa gamme Bœuf express, une viande prête à cuire en deux minutes au micro-ondes. Chez Bigard, la praticité est relayée par ses travers de bœuf, sans os, déjà cuits, à snacker au barbecue ou à réchauffer au four. « Impossible de rater sa cuisson », note Virginie Le Port. Les apprentis cuisiniers sont prévenus.

## Les produits

### Façon boucher

Incontournable de la marque Bigard, le steak pur bœuf de la gamme Mon Haché est « plus épais, plus fondant, plus moelleux, comme chez le boucher! ».



### Originaux

Les Pétales pur bœuf de Charal réinventent les pâtes, salades et sandwiches. Leur cuisson est rapide : 1 minute 30 à la poêle.

### Juteux et tendres

Dans sa gamme La Rôtisserie du boucher, Bigard propose ces travers de bœuf, prêts à réchauffer ou à snacker au barbecue.



# Les Echos

## Le marché de Rungis dédie un pavillon aux enjeux de souveraineté alimentaire

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'ouverture à Rungis d'un pavillon dédié à la souveraineté alimentaire. Il s'agit d'un espace symbolique et stratégique pour soutenir les produits français et renforcer les filières de proximité face aux importations.

✨ Synthèse IA ✨

En visite ce matin sur le marché de Rungis (Val-de-Marne), la ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire, Annie Genevard, a présenté le nouveau pavillon consacré aux productions régionales livré en mai prochain. Il mettra à l'honneur des produits du terroir labellisés pour permettre aux producteurs de vendre à plus grande échelle. La Semmaris investit près de 6 millions d'euros.



Ce nouveau pavillon financé à hauteur de 5,82 millions d'euros et livré en mai prochain, doit ancrer les producteurs régionaux sur le Marché de Rungis (Val-de-Marne). (Dimitar DILKOFF/AFP)

Par **Audrey Guettier**

Publié le 18 mars 2025 à 17:39 Mis à jour le 20 mars 2025 à 11:14

Entre les camions, les poids lourds et les transpalettes qui circulent dans tous les sens, l'effervescence sur le marché de Rungis (Val-de-Marne) se fait sentir. Ce mardi dès quatre heures du matin, la ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire, Annie Genevard, est venue échanger avec les acteurs du Marché d'intérêt national (MIN) de Rungis. Entre la visite d'une cave pour les fromages et la discussion avec les grossistes en fruits et légumes, elle a rappelé son engagement pour défendre la souveraineté alimentaire et présenter le pavillon du même nom.

Abricots, charcuteries artisanales, fromages, huiles... Ces produits du terroir issus des 18 régions métropolitaines et d'Outre-mer seront réunis au coeur du nouveau pavillon de la souveraineté sur le MIN de Rungis. « Certaines régions sont déjà intéressées pour s'y installer comme la Normandie ou l'Auvergne-Rhône-Alpes », illustre [Stéphane Layani](#), président-directeur général de la Semmaris, la société gestionnaire du MIN de Rungis.

## IGP et AOC

A l'image de la [Halle du Bio en 2016 ou du pavillon de la Gastronomie](#), cette vitrine thématique mettra en lumière les produits régionaux notamment ceux labellisés indications géographiques protégées (IGP) et appellations d'origine contrôlées (AOC).

Ce nouvel édifice, financé par la Semmaris à hauteur de 5,82 millions d'euros et livré en mai prochain, doit ancrer les producteurs régionaux sur le MIN et leur permettre de vendre à plus grande échelle. Avec plus d'un million de produits frais référencés, la Semmaris compte aussi sur ce futur vaisseau amiral pour promouvoir des productions qui disparaissent et les rendre accessibles aux 18 millions de Franciliens que le marché de Rungis nourrit chaque jour.

« Ce pavillon rend hommage aux régions françaises. Nous faisons perdurer et renaître des productions disparues », explique la ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire. Certaines coopératives poseront également leurs valises au sein de ce porte-étendard de 2.600 mètres carrés, une taille modeste par rapport aux ambitions de l'Etat.

## Des filières fragilisées

« On parle régulièrement de souveraineté militaire, depuis peu sanitaire, mais la question de la souveraineté alimentaire est vitale », a rappelé Annie Genevard. La ministre a pointé les fragilités de certaines filières agroalimentaires françaises comme [le secteur des fruits et des légumes](#). A l'inverse, « nous sommes souverains en oeuf », ajoute-t-elle. Pour l'occasion, elle a annoncé le lancement d'un cycle de conférences d'ici à l'été pour faire le point filière par filière et établir un « plan de bataille » pour la reconquête de cette souveraineté dans les dix prochaines années.

### LIRE AUSSI :

[Agoralim, un « second Rungis » très attendu pour désenclaver le nord de Paris](#)  
[A Rungis, les producteurs franciliens tentent de résister au contexte difficile](#)

« Le marché de Rungis est un pilier de la souveraineté alimentaire et de l'agriculture », affirme haut et fort Stéphane Layani. Avec ses 13.000 salariés, ses plus de 1.200 entreprises et son chiffre d'affaires de 11,3 milliards d'euros en 2023, l'[un des plus grands marchés de produits frais au monde](#) veut mettre la barre plus haut. « Nous maintenons 100.000 acteurs de la filière agroalimentaire française avec 61 % de nos produits qui sont d'origine France toute l'année », renchérit le PDG de la Semmaris. D'autres pavillons de la souveraineté devraient voir le jour dans les MIN régionaux.

**Audrey Guettier**

# Les Echos

## Intermarché se résout à fermer 30 magasins rachetés à Casino

✦ Synthèse IA ✦

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la fermeture de 30 magasins Casino repris par Intermarché. Ces points de vente, non rentables ou trop petits, sont exclus du plan de transformation, malgré le rachat global conclu en 2023.

✦ Synthèse IA ✦

Le numéro trois du marché rationalise son réseau après l'acquisition de 294 magasins à Casino, en fermant 30 magasins déficitaires. Les 680 salariés concernés bénéficieront d'un accompagnement individuel.



Pour la grande majorité des reprises, la conversion des magasins est positive : les ex-Casinos passés sous enseigne Intermarché et Netto depuis fin 2023 connaissent une croissance moyenne de 20 % à 30 % de leur chiffre d'affaires. (Romain Doucelin/Zuma-rea)

Par **Julia Lemarchand**

Publié le 3 avr. 2025 à 15:54 Mis à jour le 3 avr. 2025 à 16:59

« Toute exploitation commerciale est à ce jour impossible pour 30 magasins regroupant près de 680 salariés. » La décision, rendue dans un communiqué de presse du Groupement Les Mousquetaires ce jeudi, était attendue, mais les termes employés sont sans appel. Surtout, le nombre de magasins concernés est sans doute plus important que ce qui avait été envisagé il y a dix-huit mois, y compris par

le groupe Intermarché, lorsqu'il a racheté 294 hypers et supermarchés au groupe Casino, alors dirigé par Jean-Charles Naouri.

Acter la fermeture de 10 % de ces magasins, c'est une manière de couper court à des foyers de perte, alors que le groupe a dépensé près de 2 milliards d'euros pour cette opération (entre l'achat des 294 magasins et les coûts engagés depuis). Le tout largement financé par la dette. Pour chacun de ces magasins, les pertes pouvaient se chiffrer entre 4 et 9 millions d'euros par an.

### **LIRE AUSSI :**

#### **Intermarché a conquis deux millions de nouveaux clients**

Manque d'investissements ces dernières années, charges trop élevées, clients fidélisés dans des enseignes concurrentes, loyers trop élevés... autant de raisons qui expliquent que « l'équilibre financier reste inatteignable dans ces magasins, malgré la pleine mobilisation du Groupement depuis des mois », indique le numéro 3 du marché avec 17 % de parts de marché à fin 2024. Les magasins concernés (26 supermarchés et 4 hypers) se situent partout en France, à Fresnes, Marseille, Epinal, Blagnac, Millau ou encore Perpignan. La concurrence a décliné les propositions de rachat, sans grande surprise.

#### **Des conversions globalement positives**

Les représentants du personnel et les salariés des magasins concernés ont été réunis ce jour. La base de négociation du plan de sauvegarde de l'emploi (PSE) sera celui qui avait été mis en place [chez Casino](#), selon nos informations.

La direction assure qu'un accompagnement individuel est prévu pour chaque salarié concerné et différentes possibilités, dont des offres d'emploi au sein du Groupement, seront proposées. En plus des enseignes alimentaires (Intermarché et Netto), le groupe détient 56 usines (Agromousquetaires) et est également présent dans l'univers de la maison (Bricomarché, Bricorama, Brico Cash, Tridôme) et de la mobilité (Roady et Rapid Pare-Brise).

### **LIRE AUSSI :**

#### **Le plan en trois temps d'Intermarché pour rivaliser avec Leclerc et Carrefour**

Pour la grande majorité des magasins repris, la conversion des ex-Casinos est positive. Depuis octobre 2023, les points de vente passés sous enseigne Intermarché et Netto connaissent une croissance moyenne des revenus de 20 % à 30 % selon les formats. Le groupe d'indépendants dirigé par Thierry Cotillard rappelle qu'il a ainsi permis la sauvegarde de plus de 10.000 emplois partout en France. Chiffre auquel s'ajoutent 1.500 nouveaux salariés recrutés en magasins et dans ses bases logistiques pour faire face à l'augmentation de l'activité (ouverture de nouveaux rayons, davantage de personnel en caisses, plus forte rotation des produits, etc.).

La reprise des magasins de Casino, achevée en octobre 2024, a permis aux Mousquetaires de réaliser 32,7 milliards d'euros de revenus (hors carburants) en 2024, soit +7,4 % en un an. Le groupe estime qu'il lui faudra dix-huit mois pour rénover et mettre à niveau ces nouveaux points de vente.

**Julia Lemarchand**

# Les Echos

## Face à une consommation d'oeufs qui explose, les producteurs français peinent à suivre

✦ Synthèse IA ✦

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la hausse spectaculaire de la consommation d'œufs en France. Face à cette demande, la filière peine à suivre, notamment à cause de la grippe aviaire et des tensions sur les prix de revient.

✦ Synthèse IA ✦

Les oeufs sont de plus en plus consommés en France. Alors qu'il en faudrait chaque année 300 millions de plus, la production hexagonale reste insuffisante. Et les importations bondissent. Explications sur ce phénomène inattendu.



Selon Circana, les achats d'oeufs par les ménages ont bondi de 4,2 % au premier trimestre 2025, par rapport à la même période l'an passé. (Laurent Cerino/REA)

Par **Paul Turban**

Publié le 30 avr. 2025 à 12:00 Mis à jour le 30 avr. 2025 à 12:50

« Les images qui sont passées à la télé montrant les rayons d'oeufs vides aux Etats-Unis ont produit un petit vent de panique », concède Yves-Marie Beudet, président de l'interprofession du secteur (Comité national pour la promotion de l'oeuf, CNPO). Ces derniers mois, certains magasins se sont retrouvés en rupture partielle sur les boîtes d'oeufs, face à des consommateurs désormais accros. « Mais il n'y a pas eu de pénurie, les poules pondent tous les jours, ce n'est pas comme certains produits avec une seule récolte dans l'année », insiste le vice-président du CNPO, Loïc Coulombel.

Selon Circana, les achats d'oeufs par les ménages ont bondi de 4,2 % au premier trimestre 2025, par rapport à la même période l'an passé. Depuis plusieurs années maintenant, la filière fait face à [une demande très dynamique](#). Cette dernière a augmenté de 4,7 % en 2024 par rapport à 2023, et de 3,9 % sur un an en 2023.

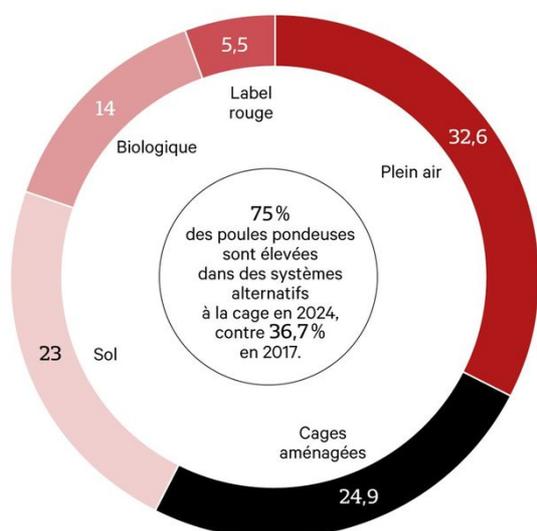
## Déflation sur les oeufs

Chaque Français consomme en moyenne 226 oeufs par an, bien davantage que la moyenne mondiale qui est d'environ 182. « Pour répondre à cette demande, cela représente 300 millions d'oeufs supplémentaires à produire chaque année », explique Alice Richard, à la direction du CNPO.

L'oeuf profite à plein de son statut de protéine la moins chère du marché. En 2024, les prix ont même baissé de 0,9 % par rapport à 2024. Cette déflation a été encore plus nette sur certaines catégories, comme les oeufs de poules élevées au sol (-2,8 % sur un an) et en plein air (-2 %). En moyenne, un oeuf coûtait 26 centimes l'an dernier.

### La répartition des poules selon les modes d'élevage

En %



SOURCE : CNPO, AVEC ITAVI



« Cette baisse de prix est la conséquence de la baisse des coûts de production », précise Alice Richard. Dans la logique des lois Egalim, le recul du prix de l'alimentation des poules pondeuses - qui représentent environ les deux tiers du coût de production d'un oeuf - a été répercuté pour la grande distribution, où sont achetés 45 % des oeufs consommés par les Français.

## La production française peine à suivre

Face à cette situation, la production française peine à suivre. L'an dernier, elle était stable (-0,4 % sur un an), mais est restée très en dessous de son niveau d'avant [crise de l'influenza aviaire](#) (-2,5 % par rapport à 2021). Pour faire face à la demande, la filière s'est fixé l'an dernier l'objectif de 300 nouveaux poulaillers d'ici à 2030.

### LIRE AUSSI :

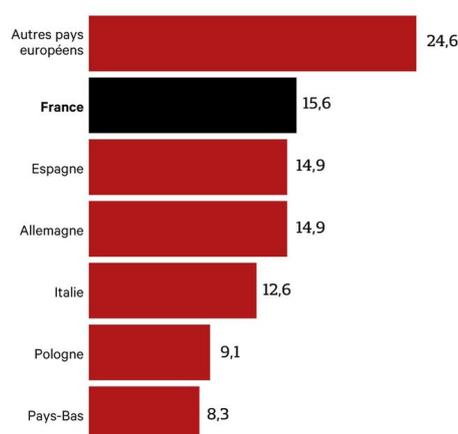
### [Grippe aviaire : comment le gouvernement tente de mutualiser la charge de la vaccination entre filières](#)

« Il n'y a pas eu de construction pendant la période de la grippe aviaire, souligne Yves-Marie Beudet. La reprise est désormais attendue cette année. Un fabricant de matériel pour les éleveurs me disait récemment avoir de nombreuses commandes pour 2026. »

En attendant, le recours à l'importation est incontournable. Certes, le taux d'auto-approvisionnement de la France est en progression, de 98,6 % en 2024, contre 96 % en 2022. En volume, le déficit commercial de l'oeuf a été divisé par 2,5 en deux ans, pour s'établir à 17.000 tonnes équivalent coquille en 2024.

#### La France, premier pays producteur d'œufs en Europe

En %, en 2024



SOURCE : CNPO (ESTIMATION ITAVI)



Mais cette embellie masque une situation très contrastée. L'amélioration repose principalement sur les ovoproduits (+26 % d'exportations en 2024, contre +7 % d'importations seulement). A l'inverse, les exportations d'oeufs coquilles - ceux que l'on achète à la douzaine - ont baissé de 10 %, alors que les importations ont bondi de 20 %.

## Avalanche d'œufs ukrainiens

Selon l'interprofession, il faudrait que la France dépasse 101 % de taux d'auto-approvisionnement pour être réellement autosuffisante. « On vend environ 600 millions d'oeufs par mois, mais cela peut varier de

plus ou moins 100 millions », explique Loïc Coulombel. Ce sont ces pics qui, dans la situation actuelle, peinent à être couverts par la production française.

### **LIRE AUSSI :**

[\*\*EN CHIFFRES - La production de pintades se redresse pour la première fois depuis la crise Covid\*\*](#)

[\*\*EN CHIFFRES - Pourquoi l'appétit des Français pour le poulet creuse le déficit commercial\*\*](#)

Si la provenance des oeufs importés en France est difficile à établir du fait du marché commun, une chose est sûre : l'Europe est inondée par l'Ukraine. De quelques centaines de milliers en 2021, les oeufs ukrainiens vendus dans l'UE ont passé la barre des 10 millions en 2022, des 30 millions en 2023 et des 50 millions en 2024. A noter également les importations turques, quasi-nulles en 2022 et désormais proche de 10 millions.

« Il y a eu des accords entre l'Ukraine et l'Europe, avec des quotas, mais l'an dernier, ce quota a été atteint dès le mois de juin, souligne Yves-Marie Beudet. Pourtant, même au-delà, malgré ces droits de douane, l'oeuf ukrainien reste moins cher que l'oeuf français. » Exporté notamment entier ou sous forme de poudre, il se retrouve notamment dans les produits transformés, où la question du prix est souvent plus importante pour les industriels que celle de la provenance.

**Paul Turban**

# Les Echos

## Les Mulliez en ordre de bataille pour sauver le soldat Auchan

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du plan de relance d'Auchan, piloté par la famille Mulliez. Il vise à redresser l'enseigne en modernisant l'offre, en redéfinissant les formats de magasin et en rationalisant les coûts dans un contexte de forte concurrence.

✨ Synthèse IA ✨

Auchan Retail restructure sa gouvernance. Fabien Derville, ancien président de Decathlon, prend la tête du conseil d'administration. La famille Mulliez renforce son soutien avec une équipe resserrée pour accompagner le plan de transformation.



Fabien Derville a été nommé à la présidence du conseil d'administration d'Auchan Retail. (Auchan)

Par [Julia Lemarchand](#), [Nicole Buyse](#)

Publié le 6 mai 2025 à 17:36 Mis à jour le 7 mai 2025 à 17:41

Auchan Retail, c'est encore plus de 32 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2024 (dont la moitié réalisée en France), malgré les importantes difficultés que rencontre le géant de la distribution aux 2.900 magasins répartis dans 12 pays. Soit le double des revenus [du groupe Decathlon](#), et plus du triple [d'un Leroy Merlin](#), autres pépites de la galaxie Mulliez. C'est dire l'importance que cette enseigne revêt pour la

famille, au-delà de l'aspect affectif et du storytelling qu'occupe le distributeur, créé par le patriarche Gérard Mulliez en 1961, dans la saga familiale.

Le visage du nouveau conseil d'administration, annoncé lundi, et présidé par un familial, Fabien Derville, ancien président de Decathlon, offre une nouvelle preuve de ce lien indéfectible. Ce dernier sera en appui de Guillaume Darrasse, DG d'Auchan, qui a les mains dans le cambouis d'un vaste plan de transformation du groupe. Le distributeur nordiste souffre depuis plusieurs années de la remise en cause du modèle hypermarché qui a fait son succès.

## Une « équipe de choc »

Avec les Mulliez, il faut savoir décoder les signaux faibles. A commencer par l'émetteur de cette annonce : l'Association Familiale des Mulliez (AFM), elle-même, et non sa holding Elo, actionnaire d'Auchan et des activités immobilières Nhood et Ceetrus.

### LIRE AUSSI :

### [REPORTAGE - Suppressions de postes chez Auchan : les négociations s'achèvent](#)

Autre particularité : l'annonce conjointe du nouveau président d'Auchan et du nouveau conseil d'administration avec le détail de ses six membres, une première. Ce sont trois familiaux, et toutes des figures reconnues et expérimentées de la Galaxie Mulliez qui viennent former une « équipe de choc », disent les proches. Elle sera au chevet d'Auchan, [qui a creusé ses pertes l'an dernier](#) à 1,2 milliard d'euros.

Surtout, y fait son entrée Barthélémy Guislain, président du conseil de gérance de l'AFM, tête de pont de la galaxie Mulliez aux 130 entreprises aux 100 milliards de revenus et 600.000 salariés. Ce dernier était déjà à la tête du groupe Elo. La chaîne de commandement se raccourcit donc. Le nouveau président, Fabien Derville, 62 ans, est lui-même membre du conseil de gérance de l'AFM. Ce dernier succède à Yves Claude, 69 ans, dont 40 passés chez Decathlon.

### *Ces nominations marquent le signe du soutien de l'AFM à Guillaume Darrasse.*

Barthélémy Guislain, président du conseil de gérance de l'AFM

Alors que Fabien Derville avait été remplacé récemment à la présidence du conseil d'administration de Decathlon pour cause de « cumul des mandats », là la famille fait une entorse à cette règle interne « par pragmatisme », nous dit-on. Il formera un binôme avec Barthélémy Guislain, explique le communiqué de l'AFM.

« Ces nominations marquent le signe du soutien de l'AFM à Guillaume Darrasse et au plan de retournement engagé », indique Barthélémy Guislain dans le communiqué, qui souligne que le nouveau conseil est « en ligne directe avec l'actionnaire allocataire qu'est l'AFM ».

## Plan de restructuration

Depuis l'arrivée de Guillaume Darrasse en tant que directeur général d'Auchan Retail, ce dernier a également « développé l'alliance avec Intermarché, animé le passage de 94 magasins Casino sous enseigne Auchan » se félicite notamment l'AFM.

**LIRE AUSSI :****EN CHIFFRES - Les défis financiers d'Auchan après une nouvelle année difficile**

Le groupe Auchan, en difficulté, a annoncé en novembre 2024 un grand plan de restructuration prévoyant de supprimer près de 2.400 postes en France. Ce plan de sauvegarde de l'emploi (PSE) comprend des reclassements en interne, des départs volontaires et des mesures de retraite anticipée.

L'AFM qui a déjà versé 400 millions d'euros pour le sauvetage d'Auchan sera-t-elle prête à remettre au pot ? Nombre d'observateurs doutent que le géant se relève sans cela. Il s'agit « d'accélérer dans la dynamique et de donner des leviers » dans ce retournement d'Auchan, fait savoir l'AFM.

**Julia Lemarchand**

# Les Echos

## Après la France, Auchan poursuit sa cure de rigueur et ferme des supermarchés en Espagne

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la restructuration d'Auchan qui, après avoir réduit ses effectifs en France, applique la même stratégie en Espagne. L'enseigne ferme plusieurs magasins pour redresser sa rentabilité en Europe.

✨ Synthèse IA ✨

Auchan engage un plan d'économies en Espagne. Le distributeur fermera 25 supermarchés et supprimera 710 postes pour s'adapter aux nouvelles attentes des consommateurs. Une décision qui illustre les défis croissants du secteur.



Auchan est connu en Espagne sous le nom de sa marque « Alcampo » et y compte plus de 23.000 salariés. (Shutterstock)

Par [Édouard Lederer](#)

Publié le 8 mai 2025 à 14:56 Mis à jour le 8 mai 2025 à 15:33

Le plan d'économies se poursuit pour Auchan. Le géant français de la distribution qui a déjà entamé [une campagne d'amaigrissement en France](#) poursuit le mouvement en Espagne.

Le groupe a annoncé ce jeudi la fermeture de 25 de ses supermarchés en Espagne dans le cadre d'un plan de restructuration qui se traduira par plus de 700 suppressions de postes sur un total de 23.300, une décision qualifiée de « difficile » mais « nécessaire » par le groupe.

« Le commerce vit une profonde transformation », qui nécessite de « s'adapter à ces nouvelles habitudes d'achat qui font que les consommateurs préfèrent des établissements plus petits et pratiques », explique dans un communiqué le distributeur, qui opère en Espagne sous le nom d'Alcampo.

## La fermeture de 25 supermarchés en difficulté

Pour cette raison, Auchan a décidé de réorganiser ses activités dans ce pays via un plan répondant « aux nouvelles tendances de consommation », qui « impliquera la fermeture de 25 supermarchés en difficulté » et « affectera 710 employés », ajoute-t-il.

Selon le distributeur originaire du nord de la France, les sites concernés font partie d'un « lot de 224 supermarchés » acquis en 2023, parmi lesquels figuraient des supermarchés qui « ne correspondaient pas à son modèle » ou dont « l'emplacement n'était pas idéal ».

### LIRE AUSSI :

## [EN CHIFFRES - Les travaux d'Hercule d'Auchan après une nouvelle année de perte](#) [DECRYPTAGE Les Mulliez en ordre de bataille pour sauver le soldat Auchan](#)

Le groupe avait en effet repris ces magasins [des mains d'un autre grand acteur local, le groupe DIA](#) . Alcampo n'avait pas révélé le montant de l'opération, se contentant d'affirmer « l'ambition de devenir le leader » physique et digital du commerce alimentaire espagnol. Outre les fermetures, le groupe explique également avoir commencé à réduire la surface de quinze de ses hypermarchés espagnols, et lancé la rénovation de 60 magasins.

Le syndicat Commissions ouvrières (CCOO), à qui ce plan social a été communiqué, a dit dans un communiqué vouloir « aborder cette situation difficile, qui est nouvelle dans l'entreprise, en gardant à l'esprit que l'objectif principal est le maintien de l'emploi ». « Dans le cas où des travailleurs devraient quitter l'entreprise », il faut « qu'ils le fassent dans les meilleures conditions possibles », insiste le syndicat.

## Changement de gouvernance

Auchan, l'une des enseignes phare de la galaxie Mulliez - qui compte aussi [des géants comme Decathlon](#), Leroy Merlin ou Kiabi - est confronté depuis plusieurs années à d'importantes difficultés économiques, en raison de la désaffection des consommateurs pour le format des hypermarchés, qui lui préfèrent des magasins de proximité, qui ont davantage le vent en poupe. Cette situation a déjà poussé le groupe à annoncer fin 2024 un vaste plan social comprenant des fermetures de sites et menaçant 2.400 emplois en France.

Dans ce contexte chahuté, la gouvernance vient aussi d'être revue dans la structure de tête d'Auchan, Auchan Retail. Fabien Derville, ancien président de Decathlon, a ainsi été nommé à la tête du conseil d'administration. Avec une équipe resserrée pour accompagner le plan de transformation, la famille Mulliez a ainsi renforcé son soutien à son enseigne de grande distribution.

# Les Echos

## Consommation : une éclaircie en avril après un début d'année « très dur »

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du regain temporaire de la consommation des ménages en avril, porté par une légère reprise du pouvoir d'achat. Après un début d'année morose, cette éclaircie reste fragile face à l'inflation et à l'arbitrage des dépenses.

✨ Synthèse IA ✨

Un frémissement dans la consommation des produits de grande consommation, et dans le frais en particulier, se fait sentir en avril, porté par une période favorable de vacances et de météo clémente. Mais les Français restent attentifs à leur budget.



Kantar enregistre une hausse des ventes en volume de 2,2 % depuis le début de l'année dans les produits de grande consommation, après deux ans de baisse. (Magali Cohen/Hans Lucas via AFP)

Par **Julia Lemarchand**

Publié le 14 mai 2025 à 13:30 Mis à jour le 14 mai 2025 à 13:35

Les dernières livraisons trimestrielles des enseignes cotées de la distribution française ne laissaient augurer rien de très enthousiasmants pour 2025. En France, [les ventes de Carrefour](#) ont baissé de -1,7 % sur les trois premiers mois de l'année par rapport au premier trimestre 2024. Quant au groupe Casino, recentré sur la proximité (Monoprix, Franprix, Casino et Naturalia), l'inflexion était de -0,7 % en données comparables.

Dans les deux cas, la baisse était moins nette que le dernier trimestre 2024. Mais tout le monde a bien saisi que la reprise n'était (toujours) pas au rendez-vous. Sentiment confirmé par l'Insee : la consommation des ménages, moteur traditionnel de la croissance française, restait en berne au premier trimestre (achats alimentaires à -0,8 % et dépenses en biens à -0,6 %). Et ce, malgré le fort recul de l'inflation tombée depuis trois mois à 0,8 %.

### **LIRE AUSSI :**

#### **Pourquoi la consommation des Français ne décolle pas**

« Le début d'année a été très dur », confirme un distributeur, spécialiste dans l'alimentaire, qui fait face à des « consommateurs toujours stressés » par un contexte durablement morose et instable, sur le plan politique et géopolitique. Même si leur pouvoir d'achat se reconstitue, ils préfèrent encore épargner que dépenser.

Conséquence : « Ce sont des ajournements d'achat et des arbitrages d'achat permanents : beaucoup commencent le mois avec des marques nationales, puis se tournent vers les marques distributeurs, et se privent de dessert en fin de mois », témoigne ce patron sous couvert d'anonymat.

#### **Bonne dynamique sur les produits frais**

Pour les consommateurs, le reflux de l'inflation n'efface pas les 21 % de hausse dans l'alimentaire au cours des quatre dernières années. Néanmoins, les consommateurs ressentent de plus en plus, semble-t-il, le besoin de trouver ou de créer des occasions de se faire plaisir.

« En témoigne le dynamisme des ventes de biscuits apéritifs, des boissons pas trop chers comme la bière ou les sodas, ou encore des confiseries et du chocolat », confie [le patron de Coopérative U](#), Dominique Schelcher. Le réseau de plus de 1.800 magasins a d'ailleurs enregistré « un très bon mois d'avril ». Et le patron alsacien d'ajouter : « C'est trop tôt pour en conclure que l'éclaircie sera durable. »

Chez Intermarché, également, « on constate un chiffre d'affaires qui repart depuis quelques semaines, avec notamment une bonne dynamique sur les produits frais. C'est une bonne nouvelle pour la dynamique commerciale, mais il est trop tôt pour en tirer des conclusions. »

*[Les Français] sont surtout mus par la chasse aux promotions, aux bons plans, à l'économie, y compris de temps.*

Frédéric Fessart et Guy-Noël Chatelin, associés EY-Parthenon

Ce frémissement de la consommation, les observateurs du marché ont commencé à le remarquer dans leur panel en début d'année : « seulement » 35 % des foyers interrogés par le cabinet EY déclaraient en janvier arbitrer - en premier lieu - en fonction de leur pouvoir d'achat, ils étaient 41 % un an plus tôt.

Cette relative détente sur les budgets des ménages a été aussi enregistrée par le panéliste Kantar, avec 28 % des foyers manifestant leur envie de dépenser au premier trimestre, soit trois points de plus par rapport à début 2024.

### **LIRE AUSSI :**

#### **Carrefour intensifie la guerre des prix sur le marché français**

Cela s'est concrétisé plus clairement en magasins en avril - mois qui comptait cette année Pâques et les vacances scolaires. Le tout sous une météo clémente, facteur clé pour booster les achats. Tous espèrent des prolongations avec les ponts de mai...

« Sur les produits de grande consommation, le frais et les produits en libre-service (PGS-FLS), nos dernières études confirment un retour de la croissance des volumes, soutenue par une hausse de la fréquence et des paniers. Ce qui n'était plus le cas depuis 2023 », explique Gaëlle Le Floch, directrice chez Kantar.

Le panéliste enregistre une hausse des ventes en volume de 2,2 % depuis le début de l'année, qui est notable pour toutes les cibles (en particulier les foyers sans enfant), et sur la majorité (58 %) des catégories, avec en tête les produits de la mer, les surgelés, et les produits traiteur en libre-service.

## Des enseignes loin de crier victoire

Pas d'emballement : la base de comparaison (1<sup>er</sup> trimestre 2024) n'était vraiment pas bonne, relativise Kantar. Et le marché progresse moins en valeur, à +1,5 %, reflet du tassement de l'inflation, mais surtout la preuve que les Français ne sont « pas dans le lâcher-prise ».

« Ils sont surtout mus par la chasse aux promotions, aux bons plans, à l'économie, y compris de temps. Ce qui profite aux magasins de proximité, à l'e-commerce et bien sûr une enseigne [comme Action](#), de loin l'enseigne préférée des Français », rappellent Frédéric Fessart et Guy-Noël Chatelin, associés EY-Parthenon.

### LIRE AUSSI :

## [DECRYPTAGE - Grande distribution : pourquoi les produits de beauté et d'entretien ne séduisent plus](#)

Face à un marché « fragile et fragmenté », les enseignes de Carrefour à Auchan, en passant par [Intermarché](#), sont donc loin de crier victoire, toutes malmenées par un recul des dépenses alimentaires de 8 % en France depuis mi-2021 et une érosion continue sur le non-alimentaire accentuée par l'encadrement des promotions sur les rayons hygiène-beauté depuis 2024.

Pour la seule année 2024, la « surépargne » des Français (par rapport à l'historique, pré-Covid) représente 66 milliards d'euros, soit près de 200 euros par mois par ménage, selon l'OFCE. Pour l'Observatoire, la baisse progressive de ce taux d'épargne sera clé dans les prochains mois pour concrétiser les espoirs, tant de fois déçus, de la grande distribution.

**Julia Lemarchand**

## Casino : la pression monte sur Kretinsky

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des tensions autour du redressement de Casino, sous le contrôle de Daniel Kretinsky. Face aux pertes persistantes et aux difficultés sociales, les syndicats et partenaires réclament des décisions claires sur l'avenir du groupe.

✨ Synthèse IA ✨

Casino, en pleine mutation, mise sur la proximité et la restauration rapide pour se réinventer. Mais les résultats tardent à venir. Les marges de manoeuvre pour ses fers de lance - Monoprix et Franprix - se réduisent pour Daniel Kretinsky, qui devra convaincre ses créanciers en septembre pour éviter de nouvelles restructurations.



Le milliardaire tchèque Daniel Kretinsky, qui a fait fortune dans l'énergie, est un passionné de retail. (Pascal Garnier pour «Les Echos»)

Par **Julia Lemarchand**

Publié le 20 mai 2025 à 11:00 Mis à jour le 20 mai 2025 à 17:39

« Devenus un petit de la grande distribution, nous allons devenir un géant de la petite distribution. »

Voilà un peu plus d'un an que Casino s'imagine une nouvelle destinée, avec ce mantra répété à l'envi par son nouveau patron Philippe Palazzi. Nommé par [le milliardaire tchèque Daniel Kretinsky](#), qui a repris le contrôle de l'ex-empire de Jean-Charles Naouri au gré de l'écrasement de 5 milliards de dettes, le patron corse, ex-Metro et Lactalis, n'a pas démerité depuis son arrivée en mars 2024.

Douze mois de transformation d'un groupe recentré autour de la proximité avec quatre pôles : Monoprix, Franprix, les supérettes de proximité (Casino, Spar, Vival) et l'e-commerçant Cdiscount. Le pompier Palazzi a paré au plus urgent : organiser la cession des derniers 300 supers et hypers vendus à Intermarché et Auchan ; mener [le plus gros plan social annoncé en France en 2024](#) ( plus de 3.000 suppressions de postes au départ, finalement ramené à 2.200) ; monter une nouvelle équipe dirigeante ;

poursuivre l'assainissement du parc de magasins (1.232 magasins non rentables sont sortis du groupe en 2024 et au premier trimestre 2025) ; créer des synergies entre les différentes enseignes (incarnées par une nouvelle méthode de « chasse en meute » pour rallier de nouveaux franchisés). Le tout, sans oublier l'alliance aux achats avec Intermarché et Auchan.

## Plan de transformation « au rabais »

Cette « to-do list » était nécessaire, mais non suffisante. La relance commerciale pour les quelque 7.000 points de vente du groupe tarde à se concrétiser. Présenté en novembre, le [nouveau plan stratégique Renouveau 2028 n'a pas soulevé les foules](#), jugé flou et pas assez ambitieux, un plan « au rabais », ose un analyste. Les trois piliers sont connus : les courses du quotidien, les services (livraison, casiers Vinted, bagagerie...) et la restauration rapide.

« Dans dix ans, la restauration représentera 50 % du chiffre d'affaires du groupe, contre 10 % aujourd'hui », a lancé Philippe Palazzi lors de [l'inauguration du nouveau concept La Cantine chez Monoprix en avril](#). Une promesse qui ne coûte pas cher.

En 2035, qui sera là pour faire les comptes ? Trois magasins pilotes au lancement, une dizaine dans l'année... sur un parc de plus de 700 magasins, il y a de quoi s'interroger sur la foulée du petit poucet de la grande distribution face à des concurrents qui, eux, accélèrent leurs investissements, notamment dans les prix.

### LIRE AUSSI :

[Casino : une perte nette diminuée, un avenir à construire](#)  
[Auchan et Casino : les deux distributeurs qui jouent gros en 2025](#)

On arrive là au premier noeud du problème pour Daniel Kretinsky. Le plan d'investissement de 300 millions d'euros par an jusqu'en 2028, accordé prioritairement pour développer les nouveaux concepts de magasins, dont 150 millions pour le parc vieillissant de Monoprix, montre déjà ses limites.

Les marges de manoeuvre manquent : la croissance des revenus n'est pas encore au rendez-vous, l'efficacité opérationnelle se grippe avec un Ebitda en baisse au premier trimestre. Alors certes, le groupe se désendette, mais il ne génère toujours pas de cash.

Surtout, Daniel Kretinsky a un rendez-vous important à honorer avec ses créanciers fin septembre. À cette date, le ratio dette nette/Ebitda doit atteindre 8,34, un objectif loin de la copie rendue fin mars de 14,63. Ce « covenant » de fin de troisième trimestre est un test important. Il pourrait obliger Daniel Kretinsky à sortir du bois pour éviter une sanction trop forte de ses créanciers : rajouter de l'argent au pot, seul ou en ouvrant le capital, céder des actifs et re-saucissonner le groupe.

## Consolidation du marché français non achevée

Daniel Kretinsky, qui a fait fortune dans l'énergie, est un passionné de retail. Les « petits coups » ne l'intéressent pas, c'est plus un homme à « créer un géant de la distribution en Europe », suppute son entourage. Le mois dernier, il est devenu majoritaire au capital de l'allemand Metro, en plus de son contrôle de Casino. Il est aussi premier actionnaire de Fnac Darty (à hauteur de 30 % environ), qui lui a permis de réaliser une [opération d'ampleur en rachetant Unieuro](#), son équivalent en Italie.

Personne ne connaît le « master plan » du milliardaire tchèque. Si tant est qu'il y en ait un. Ce silence alimente les spéculations. Analystes et banquiers sont intarissables sur la consolidation de la distribution alimentaire en France. Les emplacements de choix du groupe (en particulier de Monoprix) en Ile-de-France, où le groupe tient 40 % du marché, suscitent beaucoup d'intérêt. La proximité étant l'un des (rares) vecteurs de croissance quand les hypers et supers sont dans une spirale de baisse.

**LIRE AUSSI :**

### [RECIT - Ces combats judiciaires qui attendent l'ancien patron de Casino](#)

Analystes et banquiers sont toujours aussi excités par le scénario d'un [deal avec Carrefour](#). Cette option pose un sérieux sujet de concurrence. Mais en 2013, le groupe Casino avait réussi à devenir l'unique actionnaire de Monoprix, alors qu'il était leader du marché parisien avec Franprix. Même si elle oblige la cession de magasins, l'opération aurait du sens pour Carrefour, qui s'était déjà porté candidat au rachat des supérettes du groupe. Une manière de ne plus subir la concurrence frontale des hypermarchés Leclerc.

Les proches du dossier ne croient cependant pas à une « revente par appartements ». Les synergies entre des acteurs urbains comme Franprix, Monoprix et Naturalia sont réelles. Les liens avec Cdiscount sont moins évidents.

Chez Casino, on assure que l'actionnaire a « pleine confiance » en Philippe Palazzi qu'il connaît de longue date. S'il y a un scénario de « mécano » à privilégier, c'est plutôt celui des alliances, en particulier avec des spécialistes de la restauration, comme le grossiste Metro...

**Julia Lemarchand**

# Les Echos

## Alexandre Bompard, une année de tous les possibles pour Carrefour

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des ambitions d'Alexandre Bompard pour Carrefour en 2025 : croissance externe, adaptation à la transition alimentaire, renforcement de la rentabilité. Il devra naviguer dans un contexte de concentration du secteur.

✨ Synthèse IA ✨

Carrefour tient mercredi une assemblée générale sous tension alors que le deuxième mandat de son PDG Alexandre Bompard entre dans sa dernière année. Le groupe, malgré des acquisitions stratégiques et une transformation en profondeur, reste sous-coté en Bourse. Ce qui en fait une proie idéale.



Alexandre Bompard, PDG de Carrefour, devrait connaître comme l'an dernier une AG chahutée ce mercredi face à des actionnaires remontés et des franchisés frondeurs. (Christophe ARCHAMBAULT / AFP)

Par [Julia Lemarchand](#)

Publié le 26 mai 2025 à 17:41 Mis à jour le 26 mai 2025 à 18:21

Ce mercredi 28 mai se tient l'assemblée générale du groupe Carrefour au siège de Massy dans l'Essonne. Une édition sous tension. S'ouvre pour Alexandre Bompard la dernière année de son deuxième mandat de PDG. Les actionnaires s'impatientent, constatant avec dépit que le cours de Bourse reste inférieur à celui de 2017, à l'arrivée du patron, alors autour de 17 euros.

Depuis le début de l'année, le titre remonte mais ne frôle encore que les 15 euros. Le deuxième distributeur français aux plus de 94 milliards de chiffre d'affaires annuel vaut à peine 10 milliards en Bourse, quand le britannique Tesco en vaut 25 pour 70 milliards de revenus. Carrefour, qui a fait en 2024 sa meilleure année depuis dix ans en France, son principal marché, est sous-coté, et [ce problème n'est pas nouveau](#).

C'est ce qui a probablement motivé le groupe néerlandais Ahold Delhaize à envisager en décembre 2024 un rapprochement avec son homologue français, selon La Lettre, qui a dévoilé vendredi dernier cette tentative avortée.

Similaire en taille, le premier a une capitalisation boursière trois fois supérieure à Carrefour, du fait qu'il réalise 60 % de ses revenus aux États-Unis, et est très peu exposé à l'Europe, notamment à la France, qui aux yeux des analystes est un réel handicap (marché atone, très concurrentiel, où Leclerc mène [une guerre des prix délétère](#) pour ses concurrents). Un petit mois de « discussions préliminaires », et c'en était terminé. D'après nos informations, aucun prix n'avait même encore été formulé.

## Le fantasme d'un grand mariage

Tout le marché regarde Carrefour, assure un analyste. Le groupe ne commente pas. Mais laisse entendre que susciter à nouveau l'appétit est une chose positive. Il y avait bien eu la [tentative de rachat fin 2020 par le groupe canadien Couche-Tard, bloqué par le veto de Bercy](#), et le projet de fusion achoppé avec Auchan, quasi dans la foulée. Mais depuis ces deux occasions manquées, le téléphone d'Alexandre Bompard n'a plus beaucoup sonné...

### LIRE AUSSI :

## [EXCLUSIF - Carrefour et Coca-Cola signent un accord RSE inédit entre un distributeur et un industriel](#)

Le mariage que tout le monde fantasme se profile-t-il enfin ? Alexandre Bompard, l'homme qui a rapproché Fnac et Darty, est victime, en somme, de sa réputation de « deal maker ». « Il sait faire des opérations, il n'a pas besoin de le prouver. Ce qui compte, c'est de faire l'opération dont le groupe a besoin », fait savoir aux « Echos » son entourage.

Et de rappeler le rachat en 2023 de 60 hypermarchés Cora, puis de 25 supermarchés Casino en 2024. Résultat : deux points de part de marché gagnés, à mettre également sur le compte d'un investissement massif dans les baisses de prix, activé tardivement mais qui commence à produire des effets. L'écart prix avec Leclerc a ainsi été réduit de moitié depuis septembre 2023.

## Transformation silencieuse

La grande opération - silencieuse - c'est le passage en location-gérance de ses supers et hypers malades, pour ne plus en supporter les coûts et les pertes. Afin d'éviter la sortie de route, à l'instar d'autres

groupes dits « intégrés » (Casino, Auchan), l'énarque s'est inspiré du modèle gagnant des indépendants (Leclerc, Intermarché, Coopérative U).

Aujourd'hui, la moitié des personnes travaillant en magasin ne sont plus employées directement par le distributeur. Ce qui vaut à ce dernier une [procédure contre lui menée par la CFDT](#), dont on attend le prochain épisode en juin.

### **LIRE AUSSI :**

## **[Le modèle de franchisés de Carrefour dans le viseur d'un jeune fonds d'investissement DECRYPTAGE - Pourquoi le titre Carrefour plonge autant en Bourse ?](#)**

En parallèle, le groupe a mis les feux sur la franchise en proximité, [un marché structurellement porteur](#) : 450 ouvertures de petits magasins en ville (City, Express...) l'an dernier contre une cinquantaine par an à l'arrivée d'Alexandre Bompard. Sans compter, en 2025, l'acquisition des 101 magasins de proximité Magne et le ralliement des 92 petits Casino du groupe familial Puig & Fils.

Argument que le groupe brandit comme preuve de son attractivité face à la grogne des quelque 260 franchisés frondeurs, qui ne manqueront pas de faire du bruit à l'AG de mercredi. Certes, c'est peu sur un total de plus de 4.500 magasins de proximité, mais leur pouvoir de nuisance, y compris sur le terrain judiciaire, est devenu tel que le groupe devra trouver un moyen de négocier.

### **Revue stratégique avec « beaucoup de potentiel »**

Ce travail de transformation n'a rien d'une sinécure, ni le clinquant d'une opération de fusion ou de rachat. Il n'en est pas moins structurant. Tout comme devra l'être [la revue stratégique de portefeuille annoncée en février](#).

Le groupe français entend accélérer les investissements sur ses marchés clés : la France et l'Espagne, où il est numéro 2, et le Brésil, où il est leader depuis le rachat des magasins Walmart. Un marché sur lequel il a décidé de [reprendre 100 % le contrôle en sortant sa filiale de la Bourse brésilienne](#).

A contrario, Carrefour aurait intérêt de se retirer d'Italie et de Pologne, et doit également se poser beaucoup de questions sur la Roumanie et l'Argentine. Si cette rationalisation profonde revêt « beaucoup de potentiel », elle requiert plus de temps qu'une dernière année de mandat.

Peu probable qu'Alexandre Bompard réponde à la question qui lui sera sûrement posée mercredi de son intention de finir - ou pas - le job après 2026. En attendant, le PDG ne se privera pas de répondre aux appels entrants, qu'ils viennent de concurrents, ou de grands fonds américains.

**Julia Lemarchand**

# Les Echos

# Califrais lève 10 millions d'euros pour décarboner l'approvisionnement sur le marché de Rungis

✨ Synthèse IA ✨

## Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la levée de fonds de Califrais, start-up spécialisée dans la logistique alimentaire. Avec 10 millions d'euros, elle ambitionne de rendre les flux de Rungis plus durables via la mutualisation et la livraison optimisée.

✨ Synthèse IA ✨

La start-up implantée sur le marché d'intérêt national de Rungis, vient de boucler sa levée de fonds. Une enveloppe financière qui lui permet de s'exporter en France et à l'étranger.



En 2024, Califrais a permis la livraison d'un million de produits frais en provenance du marché de Rungis. (Jeanne Accorsini/SIPA)

Par **Audrey Guettier**

Publié le 4 juin 2025 à 07:00 Mis à jour le 4 juin 2025 à 09:03

Diviser par sept les émissions de CO2, et par deux le gaspillage alimentaire. C'est le pari de la start-up Califrais, implantée à Chevilly-Larue (Val-de-Marne) sur [l'immense marché de produits frais de Rungis](#) qui nourrit 18 millions de Français. La jeune pousse, s'active, depuis sa création en 2014, pour décarboner la chaîne d'approvisionnement alimentaire à grande échelle, en optimisant les flux grâce à de l'intelligence artificielle.

« Il y a encore beaucoup à faire pour accélérer la décarbonation de la chaîne d'approvisionnement des marchés alimentaires de gros comme l'est le Marché de Rungis », explique Simon Bussy, le fondateur et président de Califrais. Pour cela, l'entreprise vient de lever 10 millions d'euros auprès de ses investisseurs historiques comme le logisticien Stef - qui avait déjà mis 1,5 million d'euros au pot en 2021 -, mais aussi auprès de nouveaux entrants [comme le business angel Gilles Babinet](#), coprésident du Conseil national du numérique.

Avec cette nouvelle enveloppe, Califrais veut poursuivre ses recrutements et compléter son équipe de 60 collaborateurs, notamment en R&D, mais aussi acquérir de nouveaux clients et se développer en France et à l'international. La jeune pousse, qui génère 20 millions d'euros de chiffre d'affaires, s'appuie aussi sur une subvention de deux millions d'euros en provenance de l'Ademe, l'agence de l'Etat chargée de la transition écologique.

## Accélérer la transition

Depuis 2021, Califrais intervient à [travers la plateforme rungismarket.com](#) pour mettre en relation les restaurateurs, traiteurs ou encore hôteliers avec 130 grossistes du marché d'intérêt national (MIN) de Rungis. « C'est une logistique spécifique et contrainte, précise Simon Bussy, ce qui explique le retard de la transition écologique de ce secteur, car il est plus compliqué d'optimiser les flux avec des produits qui ont une date limite de vente. »

### LIRE AUSSI :

## [A Rungis, les producteurs franciliens tentent de résister au contexte difficile](#) [Décarbonation : le marché de Rungis face aux travaux d'Hercule](#)

Les algorithmes de la start-up prédisent donc la demande pour éviter le surstockage des produits périssables et diminuer le risque de gaspillage. Tandis que d'autres optimisent la logistique de ces produits, afin de réduire le nombre de camions à envoyer et donc réaliser un gain économique et environnemental.

« Nos algorithmes commencent aussi à intéresser les logisticiens du froid et la grande et moyenne distribution qui disposent de flux similaires », ajoute-t-il. Avec le marché de Rungis, la start-up - qui a déjà livré un million de produits en 2024 - s'offre une belle carte de visite. La jeune pousse souhaite désormais exporter sa solution sur d'autres marchés internationaux comme à Barcelone (Espagne), à Londres (Royaume-Uni), en Chine, à [Abu Dhabi \(Emirats Arabes Unis\)](#), ainsi que sur les 24 marchés de gros existants en France.

**Audrey Guettier**

# Les Echos

## Comment le marché de Rungis bataille pour s'agrandir dans le sud de l'Île-de-France

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des démarches engagées pour étendre le MIN de Rungis dans le sud francilien. Face à la saturation du site actuel, l'enjeu est de préserver l'efficacité logistique tout en limitant l'artificialisation des sols.

✨ Synthèse IA ✨

Rungis cherche à pousser les murs. Alors qu'un projet d'extension est en cours dans le Val-d'Oise, la Semmaris, société gestionnaire du marché, veut aussi s'étendre sur 25 hectares, au sud du MIN actuel. Elle a lancé en mai un appel d'offres pour identifier du foncier.



Aujourd'hui, l'un des plus gros marchés de produits frais au monde - qu'est le MIN de Rungis - se retrouve à l'étroit sur ses 234 hectares. (Lucille Pellerin/REA)

Par [Audrey Guettier](#)

Publié le 6 juin 2025 à 18:16

Rungis est à l'étroit. Le [Marché d'intérêt national \(MIN\), l'un des plus gros marchés de produits frais au monde](#), peine à trouver de la place supplémentaire pour ses nouveaux projets. Quelque 13.000 personnes s'affairent quotidiennement sur ce gigantesque site de 234 hectares au sud de Paris (Val-de-Marne), qui fait vivre 1.232 entreprises et affiche un chiffre d'affaires de 11,2 milliards d'euros.

Ces dernières années, la Semmaris, la société gestionnaire du MIN, a été prise d'une boulimie de projets : bâtiment de 9.000 m<sup>2</sup> pour le grossiste en produits laitiers Odéon, géothermie, pavillon de la souveraineté alimentaire, Cité de la gastronomie... « Il y a des besoins d'agrandissement notamment pour les logisticiens », constate aussi Franck Llisso, président de l'Union générale des syndicats des grossistes (Unigros).

## Parcelles détenues par des privés

Depuis 2021, la Semmaris cherche donc activement des terrains vacants. Elle pense avoir trouvé le site idéal, à cheval [sur les communes d'Orly](#) et de Thiais. Une immense zone bétonnée, baptisée la Sénia, qui coche toutes les cases. Sauf une : elle n'est pas totalement vacante. La Semmaris a beau avoir signé un protocole avec l'Etat, elle bute aujourd'hui sur des difficultés à acquérir des parcelles détenues par des entreprises et propriétaires privés. Pour tenter de pousser son avantage, elle a donc lancé fin mai un nouvel appel d'offres. Objectif : charger un urbaniste d'identifier les fonciers réellement disponibles et de conduire une vraie transformation urbaine. La Semmaris vise 25 hectares, sur les 125 que compte le site.

## Un million de m<sup>2</sup>

Le chemin promet d'être long. A l'heure actuelle, la Semmaris ne détient que trois parcelles, soit environ 20.000 m<sup>2</sup> sur les 25 hectares. Le reste est occupé par des entreprises dont le coeur de métier s'est progressivement éloigné de l'agroalimentaire. L'investissement vise donc à racheter, moderniser les bâtiments et réaliser un remembrement des parcelles si besoin. Mais pour l'heure, la Semmaris ne précise pas le montant de cet investissement.

## LIRE AUSSI

[Califrais lève 10 millions d'euros pour décarboner l'approvisionnement sur le marché de Rungis](#)

[A Rungis, les producteurs franciliens tentent de résister au contexte difficile](#)

Elle peut compter sur le soutien de l'Etablissement foncier d'Ile-de-France (Epfif), dont le métier est justement de racheter des terrains au long cours, et sur les collectivités locales : communes, Métropole, Région, intercommunalité, ainsi que l'établissement public d'aménagement Orly Rungis - Seine Amont (EPA Orsa).

## « Une demande croissante »

Pour la Semmaris, le projet est crucial. « Nous portons deux projets de développement majeurs : Agoralim dans le Val-d'Oise (27 hectares), et une extension en zone Sénia à Rungis, pour un Marché

toujours plus robuste au Sud », affirme Stéphane Layani, président-directeur général de la Semmaris. Car aujourd'hui, le marché nourrit 18 millions de Franciliens, un chiffre en hausse.

*Nous devons anticiper et renforcer notre capacité à approvisionner durablement les populations*

Stéphane Layani, PDG de la Semmaris

« Face à une demande croissante et à l'évolution démographique de la région Île-de-France, nous devons anticiper et renforcer notre capacité à approvisionner durablement les populations », souligne-t-il.

L'extension du Val-de-Marne n'est pas consacrée à un énième pavillon de négoce. Il s'agit plutôt de répondre au besoin croissant de logistique, de préparation et de transformation des produits sur place. Au total, 100.000 m<sup>2</sup> devraient être construits, soit l'équivalent 10 % de l'actuel MIN, qui compte un million de m<sup>2</sup>. L'opération créera des emplois.

Le choix du site de la Sénia impose aussi de dessiner un projet différent des précédents. En effet ce quartier en pleine mutation depuis l'arrivée de la ligne 14 du Grand Paris Express en juin dernier, n'accueillera pas que des entreprises. Sur 80 hectares, plus de 4.500 logements, un collège, ainsi qu'une arène dédiée à l'e-sport sortiront de terre dans les prochaines années sous la houlette de l'EPA Orsa et du promoteur Linkcity. Le MIN devra donc faire cohabiter ses futures activités avec l'arrivée de 12.000 nouveaux habitants.

**LIRE AUSSI :**

[Haropa Port et le MIN de Rungis s'unissent pour transporter les denrées alimentaires sur la Seine](#)

[Décarbonation : le marché de Rungis face aux travaux d'Hercule](#)

**Audrey Guettier**

# Les Echos

## Haropa Port et le MIN de Rungis s'unissent pour transporter les denrées alimentaires sur la Seine

✦ Synthèse IA ✦

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du partenariat entre Haropa Port et Rungis pour favoriser le transport fluvial des denrées. Ce projet vise à réduire l'empreinte carbone et désengorger les routes tout en maintenant une logistique alimentaire performante.

✦ Synthèse IA ✦

Haropa Port et la Semmaris, la société gestionnaire de l'immense marché de produits frais de Rungis ont signé une convention pour travailler ensemble à décarboner la chaîne d'approvisionnement des produits frais grâce au fluvial.



Benoît Rochet, directeur général de Haropa Port, l'affirme « le port du Havre [...] permettrait de gagner trois à quatre jours de transit par rapport aux ports d'Anvers ou de Rotterdam ». (Laurent Grandguillot/REA)

Par **Audrey Guettier**

Publié le 5 juin 2025 à 17:54 Mis à jour le 9 juin 2025 à 13:54

Mission séduction à Rungis. « Aux grossistes, je dis : essayez Le Havre. » Stéphane Layani, président-directeur général de la Semmaris, la société gestionnaire du [Marché d'intérêt national \(MIN\) de Rungis](#), veut convaincre les grossistes et les logisticiens d'emprunter la Seine pour importer. D'autant qu'ils le font déjà pour exporter.

Haropa Port, l'opérateur des infrastructures portuaires sur l'axe de la Seine, et la Semmaris ont donc tenté, ce jeudi 5 mai, de convaincre les grossistes de passer au fluvial pour le commerce international. Ils ont signé une convention pour donner un coup de fouet à la décarbonation de cet immense marché de produits frais qui commercialise chaque année 3 millions de tonnes de produits.

« Une partie de nos produits vient [des ports de Rotterdam \(Pays-Bas\)](#) et [d'Anvers \(Belgique\)](#) , notre défi est de ramener ces volumes dans nos ports français comme Le Havre (Seine-Maritime) », ajoute Stéphane Layani. C'est notamment le cas pour les fruits exotiques. Aujourd'hui, les bananes, par exemple, arrivent par bateau aux Pays-Bas et sont livrées par camion sur le MIN de Rungis, dans le Val-de-Marne. Benoît Rochet, directeur général de Haropa Port, l'affirme « le port du Havre jouit d'une position proche de l'Amérique et de l'Asie, ce qui permettrait de gagner trois à quatre jours de transit par rapport aux ports d'Anvers ou de Rotterdam ».

## Un transport bas-carbone

Le fluvial a des avantages. C'est un mode de transport peu cher et bas carbone, qui [bénéficie d'investissements importants de la part de Haropa Port](#) sur tout l'axe de la Seine pour fluidifier et augmenter le trafic. Au Havre, les importations de fret agroalimentaire ont amené 82.000 conteneurs, dont 32 % étaient des conteneurs réfrigérés en 2024. De plus en plus, les bateaux de fret se verdissent réduisant encore les émissions de carbone. Une manière pour la Semmaris d'avancer dans son [énorme chantier de décarbonation du marché de Rungis](#) .

### LIRE AUSSI :

#### [Décarbonation : le marché de Rungis face aux travaux d'Hercule](#) [Le marché de Rungis veut se doter d'« une autoroute ferroviaire »](#)

D'autant qu'avec les [futurs travaux de la RN406](#) , les 1.230 entreprises du marché de Rungis pourront rejoindre plus rapidement le deuxième port d'Île-de-France : la plateforme portuaire de Bonneuil-sur-Marne (Val-de-Marne). Les produits pourront arriver au Havre et arriver en péniche jusqu'à Bonneuil-sur-Marne.

## Besoin de garanties

Si sur le papier, la proposition est belle, la Semmaris reconnaît aussi que c'est un moyen de transport massifié qui nécessite beaucoup de volumes de marchandises. Cela demandera de l'organisation pour les livraisons depuis les Antilles notamment. « Les conteneurs doivent arriver en temps et en heure, car les produits ne peuvent pas attendre deux jours au Havre », relève Stéphane Layani.

### LIRE AUSSI :

#### [Sur le marché de Rungis, les grossistes font mûrir leurs fruits en sous-sol](#) [Le port de Bonneuil-sur-Marne continue d'attirer les entreprises](#)

Même son de cloche chez les grossistes, « il y a un intérêt pour le fluvial, mais nous n'en sommes encore qu'au tout début », indique [Franck Lliso, président de l'Union générale des syndicats des grossistes sur le marché de Rungis \(Unigros\)](#) . Avec les courts délais de vente des produits, ces derniers ont encore besoin de garanties pour s'assurer de l'efficacité du fluvial et ne pas mettre en péril leurs marchandises.

**Audrey Guettier**

# Les Echos

## Les Français, consommateurs les plus fidèles des grandes marques en Europe

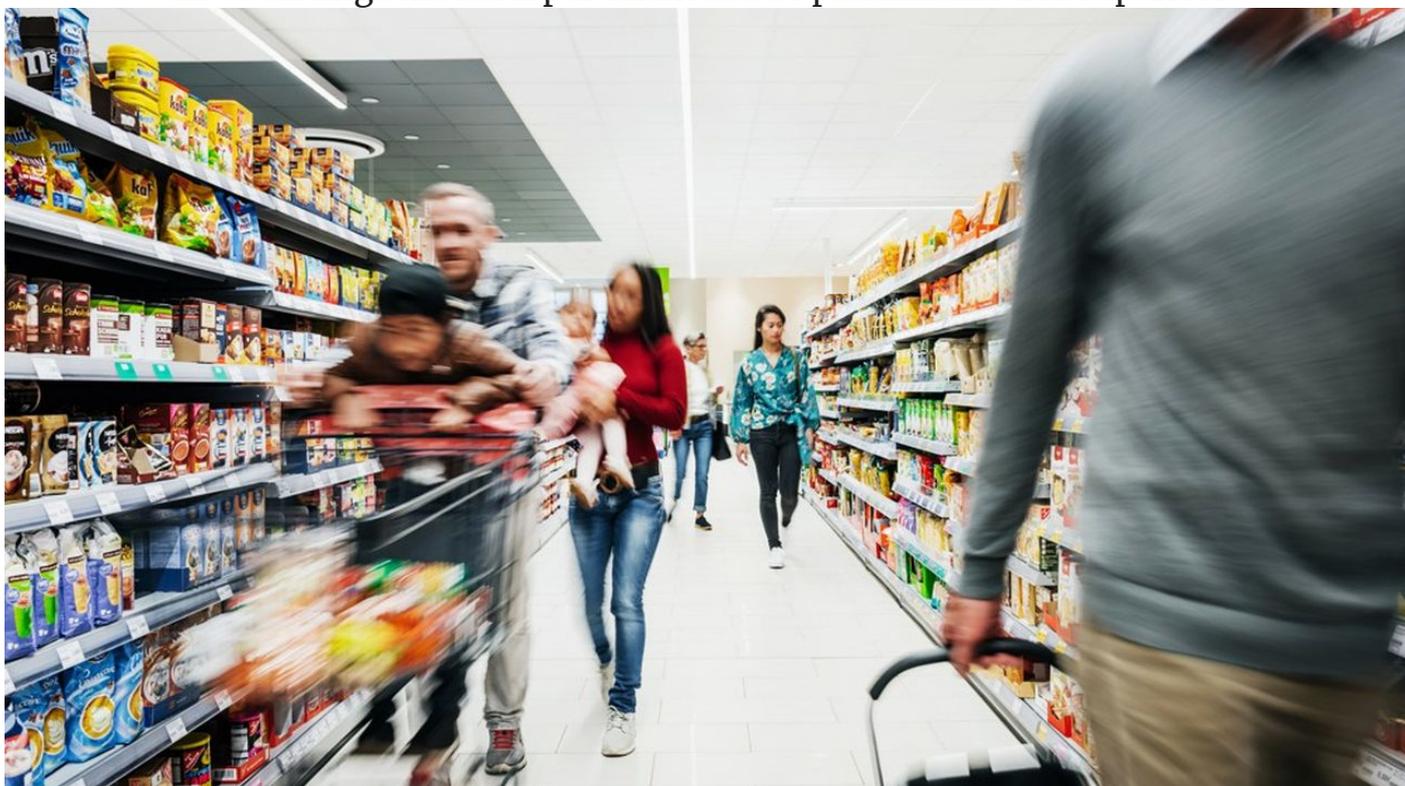
✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'attachement des consommateurs français aux grandes marques, malgré l'essor des MDD. Ce comportement se distingue en Europe et reflète une recherche de qualité, de confiance et de repères dans les choix alimentaires.

✨ Synthèse IA ✨

Les Français sont plus nombreux que les autres Européens à ne jamais ou seulement rarement succomber aux charmes des marques de distributeur, selon une étude du BCG. Ils se distinguent aussi par un niveau de pessimisme très supérieur.



Les Français se montrent moins sensibles que les autres Européens aux promotions. (iStock)

Par **Clotilde Briard**

Publié le 10 juin 2025 à 07:00 Mis à jour le 10 juin 2025 à 10:01

Votre abonnement vous permet d'accéder à cet article

Bonne nouvelle pour les marques nationales dans l'Hexagone. Qu'il s'agisse du [panier de courses du quotidien](#), ou de biens de consommation durables, les Français optent pour ces grands noms, bien davantage que la moyenne des Européens, rapporte le European Consumer Sentiment Report 2025 du Boston Consulting Group, une vaste enquête qui a pris le pouls en avril de 16.000 consommateurs sur neuf marchés. Des choix faits au détriment des marques de distributeur (MDD), qui sont davantage plébiscitées dans les autres pays.

« L'attachement des consommateurs français aux marques est fort. Elles les renvoient à une perception de qualité. Quelle que soit la catégorie, un tiers d'entre eux au moins estime que leurs produits sont supérieurs aux marques de distributeur. Le niveau est même encore plus élevé pour les produits d'hygiène et beauté ou pour l'électroménager », relève Sophie Gebel, directrice associée au BCG.

## Ecarts avec l'Europe

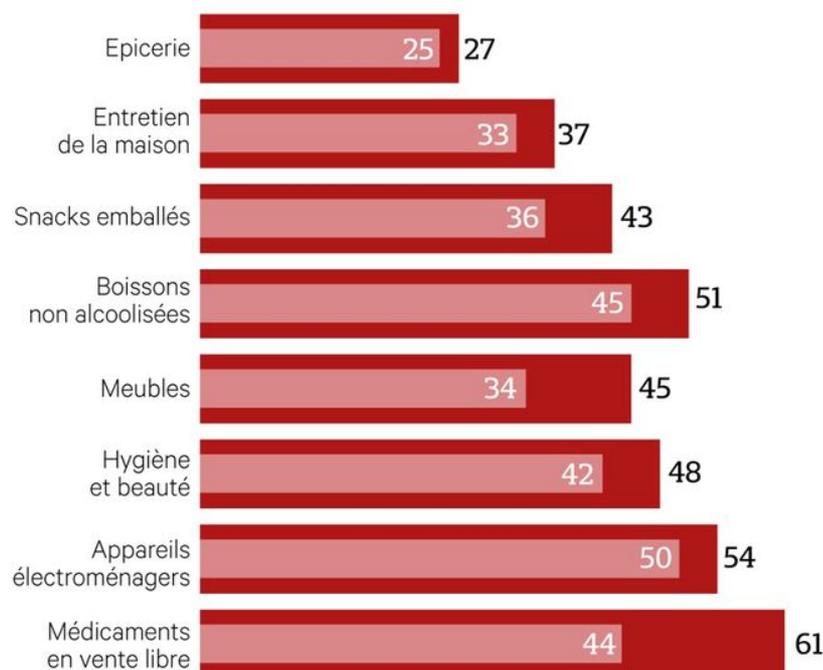
Ces deux derniers secteurs sont d'ailleurs, avec les médicaments sans ordonnance et les boissons sans alcool, ceux pour lesquels les clients sont les plus nombreux à déclarer ne « jamais ou rarement » acheter de marques de distributeur. Avec des écarts de 4 à 6 points avec les autres Européens. Côté meubles, s'ils se laissent davantage tenter par des références au nom du distributeur, la différence avec les autres pays est, à 11 points, encore plus forte.

### Les Français plus réticents que leurs voisins européens à consommer des produits de marques de distributeur

Réponses\*, en %

Probabilité d'acheter des produits de marque de distributeur

■ « Jamais ou rarement » ■ Moyenne européenne



SOURCE : BCG

\*Etude réalisée du 2 au 21 avril 2025 auprès de 1.802 répondants français dont 300 répondants par catégorie

C'est au rayon épicerie que les MDD sont les plus prisées. Seul un quart des Français n'en met presque jamais dans son chariot. Ce type de produits est aussi davantage entré dans les moeurs dans les linéaires dédiés à l'entretien de la maison. Il faut dire que ce sont aussi sur ces catégories-là, indispensables au quotidien, que les ménages ont le moins de marge de manoeuvre pour reporter leurs achats.

### **Plus pessimistes que la moyenne**

D'autant que, « malgré l'attention portée à leur budget, les Français se montrent nettement moins sensibles aux promotions que les consommateurs d'autres pays », précise Sophie Gebel. Et ils sont plus nombreux à ne pas être infidèles à leurs griffes favorites quand ils voient passer une meilleure offre de la part d'un concurrent.

#### **LIRE AUSSI :**

#### **[Cif mise sur les probiotiques](#)**

#### **[EN CHIFFRES - Grande distribution : pourquoi la proximité est un marché « structurellement porteur »](#)**

Mais si les habitants de l'Hexagone sont champions de la préférence pour les marques, ils se distinguent aussi toujours autant par leur pessimisme, avec 70 % de personnes inquiètes pour la situation économique, contre 54 % au niveau européen. A noter, cependant, que les préoccupations liées à l'inflation et aux prix de l'énergie ont reculé par rapport à l'an dernier.

« Les Français se caractérisent par leur prudence face à l'avenir. Lorsqu'on leur demande ce qu'ils feraient en cas de rentrée d'argent supplémentaire, 4 sur 10 en épargneraient au moins une partie », souligne Sophie Gebel. Les voyages arrivent en deuxième position, mais loin derrière.

### **Baisse des achats vestimentaires**

Pour les mois à venir, les consommateurs hexagonaux prévoient de plus ou moins préserver les dépenses essentielles, qu'il s'agisse d'épicerie ou d'entretien de la maison. Dans les derniers temps, les Français ont aussi montré un appétit accru pour les achats de fruits et légumes et moins d'entrain face aux plats tout préparés. Une tendance qui devrait se poursuivre et marque un nouveau retour du fait maison après l'embellie liée aux confinements.

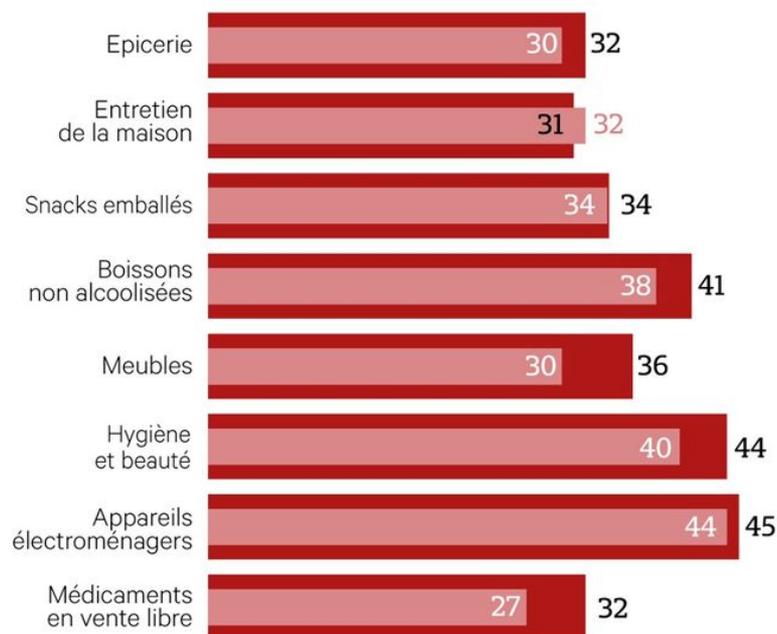
En revanche, les consommateurs envisagent de réduire de 35 % leurs [achats de vêtements](#) dans un proche avenir. Mais ils n'excluent pas le recours à certaines alternatives. « La seconde main est particulièrement dynamique chez nous », constate la directrice associée du BCG.

## Les Français jugent que les produits de marque sont de meilleure qualité

Réponses\*, en %

« Les produits de marque sont meilleurs que les alternatives de marque de distributeur »

■ « Oui » ■ Moyenne européenne



SOURCE : BCG

\*Etude réalisée du 2 au 21 avril 2025 auprès de 1.802 répondants français dont 300 répondants par catégorie



Autres postes qui pourraient souffrir dans les prochaines semaines parce que jugés non prioritaires : les snacks, les jouets, les boissons avec ou sans alcool et l'hygiène-beauté.

Quels que soient les secteurs, les entreprises ont donc plus intérêt que jamais à cultiver l'appétit pour les noms connus. « Dans l'environnement actuel, avec des volumes contraints, nous recommandons aux marques de sécuriser leurs marges en maîtrisant leurs coûts et en ajustant leur portefeuille de produits au plus près des attentes des consommateurs, souligne Sophie Gebel. Elles doivent aussi se tenir prêtes à capter les opportunités de croissance dès leur apparition, notamment grâce à l'innovation. » Un mouvement de lancement de nouveautés marquantes que les grands groupes de consommation ont commencé à entamer.

**Clotilde Briard**

# Les Echos

## Les recettes de Picard et de Grand Frais pour prendre la vague du fait maison

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des stratégies de Picard et Grand Frais pour surfer sur la tendance du fait maison. Les deux enseignes misent sur la qualité, la transparence des produits et la pédagogie culinaire pour séduire les consommateurs.

✨ Synthèse IA ✨

Le fait maison séduit davantage, mais la praticité reste clé pour soutenir cette tendance. Picard et Grand Frais capitalisent sur des produits bruts prêts à l'emploi, attirant une clientèle urbaine et active en quête de simplicité et de qualité.



Alors que les volumes des ventes de produits frais traditionnels sont en baisse structurelle depuis plus de cinq ans, selon Kantar, chez Picard, 43 % des ventes en volume portent sur des produits bruts, soit une progression de 2 % en deux ans. (Shutterstock)

Par **Ninon Renaud**

Publié le 10 juin 2025 à 09:00 Mis à jour le 10 juin 2025 à 09:57

Le grand retour des plats faits maison dans nos assiettes a-t-il sonné ? Selon l'étude du Boston Consulting Group (BCG) rendue publique ce mardi, deux tiers des consommateurs sondés en avril en

France déclarent préférer acheter des produits frais et les cuisiner eux-mêmes. En l'espace de six mois, le cabinet de conseil estime que les dépenses du consommateur français moyen en fruits et légumes ont augmenté de 13 % tandis que ses achats de plats tout faits ont chuté de 19 %.

Jean-Paul Mochet, président du directoire de Prosol, la structure qui fournit les fruits et légumes, le poisson et la crèmerie à [Grand Frais](#), et a déjà vu ses revenus progresser de 15 % en 2024, à 4 milliards d'euros, confirme « une forte progression des ventes des fruits et légumes de saison - comme les fraises, les asperges ou les tomates ».

## Un effet de rattrapage

Le spécialiste des études de marché Kantar préfère cependant parler d'un frémissement global : sur les quatre premiers mois de l'année, les ventes en volumes de produits frais traditionnels ont progressé de 3,7 % dans un marché des produits de grande consommation en hausse de 1,4 %. « Il y a un effet de rattrapage après un recul de -2,8 % sur la même période il y a un an. Le ralentissement de l'inflation a pu aider, mais rien n'assure que cette reprise suffise à casser une tendance de fonds orientée à la baisse », prévient Gaëlle Le Floch, directrice marketing chez Kantar.

### LIRE AUSSI :

## [DECRYPTAGE - Snacking : kebab et croque-monsieur se font une place face aux stars que restent la pizza et le burger](#)

Sur deux ans, elle rappelle que les volumes de vente cumulés de produits frais entre janvier et avril s'affichent encore en baisse de -0,7 %, après une chute de -5,7 % entre 2024 et 2022 et de -11,1 % entre 2023 et 2021.

Au contact de la réalité, les aspirations au fait maison des consommateurs semblent en effet fragiles. Entre avril 2024 et avril 2025, les ventes de plats cuisinés frais ont progressé de 5,1 % en volume tandis que les cordons-bleus et autres nuggets ont même vu leurs volumes croître de 6 % et les pizzas de 5 % dans un contexte de stagnation des ventes (+0,3 %) des produits de consommation courante dans la grande distribution.

*Tout ce qui fera gagner du temps, sans nuire à la qualité brute des produits, sera de plus en plus privilégié.*

Jean-Paul Mochet, président du directoire de Prosol

« Le fait maison et les produits bruts ont connu un fort regain durant la période Covid mais, depuis, la forte inflation alimentaire, la fatigue mentale et les modes de vie ont favorisé une consommation pratique à laquelle les plats tout préparés répondent mieux que le frais qui, par ailleurs, peut se gâter dans le frigo », décrypte Emily Mayer, directrice business insights chez Circana.

## Le Graal de la praticité

A moins de répondre à cet enjeu de praticité et de simplicité, frein majeur au fait maison. Alors que les volumes des ventes de produits frais traditionnels sont en baisse structurelle depuis plus de cinq ans, selon Kantar, chez Picard, 43 % des ventes en volume portent sur des produits bruts, soit une progression de 2 % en deux ans, selon l'enseigne dont le chiffre d'affaires a progressé de 5,1 % à 1,8 milliard d'euros l'an dernier.

88 % de ses clients achètent de tels produits, en tête desquels les haricots verts, dont Picard est le plus gros vendeur en France avec 16 tonnes par jour vendues en 2024 ! La raison ? « Tous nos légumes sont portionnables et prêts à l'emploi : il n'y a pas d'épluchage à faire, ni de gaspillage à craindre. C'est la même chose pour les fruits, dont les ventes sont en hausse au détriment des mignardises ou des apéritifs : les clients peuvent les utiliser comme bon leur semble, sur du fromage blanc, en smoothie, pour faire un sorbet ou même les utiliser en glaçon dans un cocktail », détaille Delphine Alazard-Courtier, responsable des produits, de la qualité et de la R&D chez Picard.

### **LIRE AUSSI :**

#### **[ZOOM - « Il faudrait être fou pour ne pas acheter surgelés ses petits pois » : le patron de Findus à l'offensive](#)**

Jean-Paul Mochet confirme l'engouement des Français, en particulier des urbains et des actifs, pour les produits simples à utiliser. « Le temps disponible est un ingrédient essentiel d'une recette. Tout ce qui fera gagner du temps, sans nuire à la qualité brute des produits, sera de plus en plus privilégié », assure-t-il.

Avant d'ajouter : « Vis-à-vis des produits frais et bruts, il y a ceux qui veulent, et il y a ceux qui peuvent. Le succès de nos enseignes est d'avoir rendu accessible au plus grand nombre ce type de produits, en termes de prix et de présence géographique. » Grand Frais compte 325 magasins et en vise 600 en 2030, tandis que Picard en compte déjà 1.200.

**Ninon Renaud**

# Les Echos

## Distribution : Kretinsky dans la dernière ligne droite pour le contrôle à 100 % de Metro

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la stratégie de Daniel Kretinsky pour finaliser le rachat total de Metro. Ce mouvement s'inscrit dans une ambition plus large de renforcer sa présence dans la distribution européenne, après Casino et Makro.

✨ Synthèse IA ✨

Le milliardaire tchèque, qui détient en majorité le champion allemand du commerce de gros, veut contrôler 100 % du capital avec les familles fondatrices. Il avait échoué en 2019 et 2020 à prendre le contrôle du groupe.



Metro compte 87.000 employés dans trente pays. (Shutterstock)

Par **Thibaut Madelin**

Publié le 11 juin 2025 à 07:15 Mis à jour le 11 juin 2025 à 07:58

Que veut faire Daniel Kretinsky avec Metro ? Le milliardaire tchèque, qui a pris en France le contrôle de Casino, a lancé fin mai une offre publique d'achat volontaire pour tous les actionnaires du groupe allemand de distribution ayant manqué son offre de retrait en mars. Objectif : sortir définitivement de la cote l'étoile déclinante de la distribution, connue pour ses magasins de gros.

Au 22 avril, son holding EP Global Commerce GmbH (EPGC) détenait 68 % du capital, contre 49,99 % avant le lancement de son offre de retrait. Agissant de concert avec les familles fondatrices, qui détiennent encore 24,99 % et comptent rester au capital, le milliardaire tchèque contrôle quelque 93 % du capital mais compte monter à 100 %.

### Troisième offre depuis 2019

Un aboutissement pour Daniel Kretinsky, qui était entré dans l'actionnariat en 2018 en achetant les parts de la puissante dynastie Haniel, mais s'était attiré l'opposition des familles fondatrices. A deux reprises, [en 2019 puis en 2020](#), il avait lancé des OPA, chacune rejetée par la majorité des actionnaires. La troisième semble être la bonne.

#### LIRE AUSSI :

#### [ANALYSE - Casino : la pression monte sur Kretinsky](#) [Daniel Kretinsky va renforcer son contrôle chez Casino](#)

Reste à transformer l'essai et avaler complètement cet ancien géant désormais valorisé 2 milliards d'euros et sorti de l'indice DAX. Les quelques actions encore en circulation sont cotées sur le marché non régulé. Une fois passé le seuil des 95 %, le concert pourra procéder à un retrait obligatoire (ou « squeeze out » dans le jargon) pour arriver à 100 %.

L'offre, qui court au total jusqu'au 30 septembre, illustre la patience de l'homme d'affaires tchèque mais aussi son appétit pour l'Allemagne, où il est arrivé en 2009 avec l'acquisition du producteur de lignite d'ex-Allemagne de l'Est Mibrag. Il avait acheté sept ans plus tard des centrales à charbon de l'électricien Vattenfall pour jeter son dévolu en 2018 sur Metro.

Depuis, Daniel Kretinsky est entré à hauteur de 20 % au capital du sidérurgiste ThyssenKrupp Steel et négocie depuis plusieurs mois avec sa maison mère, ThyssenKrupp, une montée à 50 %. Le milliardaire a également mené des discussions avec le précédent gouvernement pour entrer au capital de [l'énergéticien Uniper](#), sauvé de la faillite par l'Etat en 2022.

### Cure d'amaigrissement

Son holding EPGC n'entend pas modifier la stratégie de Metro, qui s'est progressivement replié sur son cœur de métier de grossiste. Le groupe, qui réalisait encore en 2014 un chiffre d'affaires de 63 milliards d'euros avec 255.000 salariés a enregistré au dernier exercice (clos le 30 septembre) des ventes de 31 milliards d'euros avec 87.000 employés dans trente pays.

Entre-temps, Metro a cédé ses grands magasins [Galeria Kaufhof](#), avant de se séparer de son pôle électronique regroupé dans Ceconomy, actionnaire de Fnac Darty en France. Il a aussi cédé sa chaîne de supermarchés Real et est sorti de plusieurs pays. Avec sa stratégie « sCore », le groupe se concentre sur le « cash & carry », les services de livraison (FSD) et sa place de marché en ligne.

Jusqu'ici, la stratégie ne lui a pas permis de revenir dans le vert. Sur le premier semestre fiscal, Metro a enregistré un chiffre d'affaires de 15 milliards d'euros, stable par rapport à l'année précédente, et une perte nette attribuable aux actionnaires de 155 millions d'euros, elle aussi stable. La dette reste élevée, à 4 milliards d'euros.

### **Pertes semestrielles**

Reste à savoir si Daniel Kretinsky, qui a pris l'an dernier le contrôle de Casino en France, voudra réaliser des synergies entre l'ex-empire de Jean-Charles Naouri et son actif allemand. Les « petits coups » ne l'intéressent pas, c'est plus un homme à « créer un géant de la distribution en Europe », supputait récemment son entourage auprès des « Echos ».

Selon une source allemande proche du milliardaire, la question ne se pose pas à ce stade. En premier lieu, son objectif est de redresser les comptes et de s'épargner la publication de documentation financière coûteuse alors que [Metro](#) n'a plus besoin d'une cotation en Bourse. La direction du groupe, qui a émis un avis « neutre » sur l'offre de 5,33 euros par action, doit rester en place.

**Thibaut Madelin (Bureau de Berlin)**

# Les Echos

## Alimentation bio : la consommation repart malgré un recul dans la grande distribution

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du regain d'intérêt pour les produits bio, dont la consommation repart à la hausse, portée par les circuits courts et les magasins spécialisés. En GMS, la tendance reste fragile mais encourageante.

✨ Synthèse IA ✨

Les dépenses des ménages en bio sont en croissance de 0,8 % en valeur en 2024 par rapport à 2023, après des années moroses, principalement portées par les enseignes spécialisées. Les surfaces cultivées en France, elles, continuent de reculer.



La grande distribution a eu tendance, ces dernières années, à déréférencer de nombreux produits bio. (Come Sittler/REA)

Par **Paul Turban**

Publié le 12 juin 2025 à 16:03 Mis à jour le 12 juin 2025 à 16:05

Les années noires sont-elles à conjuguer au passé pour l'agriculture biologique ? A l'occasion de sa grand-messe annuelle, l'Agence bio - groupement d'intérêt public chargé de l'information, de la promotion et du soutien à l'agriculture biologique - a annoncé une croissance de 0,8 % en valeur des dépenses des ménages en bio en France en 2024.

A 12,2 milliards d'euros l'an dernier, soit une hausse de 95 millions d'euros, elle reste toutefois loin de son niveau de 2019 - avant [la crise inflationniste](#) qui a durement affecté le secteur - de 12,8 milliards d'euros. Mais si les magasins bio ont connu une belle reprise des ventes (+6,5 %, à 3,5 milliards d'euros), la grande distribution les a vues reculer fortement (-5,1 %, à 5,8 milliards d'euros).

## Responsabilité de la grande distribution

Récemment, une étude de la Fondation pour la nature et l'homme (FNH, ex-Fondation Nicolas-Hulot) a souligné que [les distributeurs](#) généralistes avaient en partie contribué à ce recul. Le nombre de produits bio en grande surface a chuté, avec 7 % à 25 % de déréférencements selon les enseignes entre 2022 et 2023, alors que les différences de prix entre le conventionnel et le bio ont tendance à être accentuées, aux dépens du bio.

### LIRE AUSSI :

[ZOOM - Agriculture : après le sévère coup de rabet, la filière bio sonne le tocsin](#)  
[EN CHIFFRES - Lait bio : le nombre de producteurs retombe à son niveau de 2020](#)

Une tendance néfaste pour le bio sur le point de s'inverser ? « Notre campagne de publicité actuelle - C'est bio la France - a reçu un bon accueil de la part de la Fédération du commerce et de la distribution (FCD) et là où elle a été déployée, les distributeurs devraient remettre des produits bio en rayon », s'est félicitée Laure Verdeau, directrice de l'Agence bio.

## Tendances contrastées

Derrière ce bilan général, la situation est toutefois très contrastée en fonction des filières. Le chiffre d'affaires des [légumes](#) bio a ainsi crû de 9 % entre 2023-2024, et celui des vins bio de 8 %. « Le vin bio s'exporte aussi très bien, puisqu'avant le [retour de Donald Trump](#), on exportait pour à peu près deux milliards », souligne au passage Jean Verdier, président de l'Agence bio.

A l'inverse, dans un contexte global de déconsommation de produits carnés - notamment de [viande bovine](#) - et de jus de fruits, les viandes bio (-6 %) et les boissons sans alcools bio (-5 %) ont vu fondre leurs chiffres d'affaires. « Le déclassement de viande bio vers des débouchés non bio est avantageux pour les éleveurs bovins », note toutefois l'Agence bio, puisque les cours sont au plus haut sur le marché conventionnel.

## Balance commerciale

Face à cette tendance plutôt positive, l'Agence bio met en garde contre un recul de la production en France. Alors que les légumes étaient moteurs de la croissance de la filière l'an dernier, les surfaces cultivées en bio ont reculé de 8,1 %, soit une perte de près de 3.700 hectares. Au total, les surfaces en bio

ont reculé de 56.197 hectares (-2 %) sur un an en 2024, après une baisse équivalente en 2023, la part de la surface agricole utile française exploitée selon ce cahier des charges stagnant à 10,1 %.

### **LIRE AUSSI :**

#### **[TRIBUNE - « Reconnaissons le caractère stratégique de l'agriculture biologique »](#) **[EN CHIFFRES - Pesticides : les industriels bousculés par le plan du gouvernement](#)****

« Au moment où il y a un frémissement de la demande, il ne faut absolument pas qu'on augmente les importations : ce serait dommage que cela ne profite pas aux productions françaises », défend Laure Verdeau. Aujourd'hui, 71 % du bio consommé dans l'Hexagone est « made in France », et même 84 % si l'on exclut les aliments impossibles à produire en quantité suffisante en métropole ([cacao](#), [thé](#), [café](#), crevettes...)

### **Défense du bio**

Une occasion pour l'Agence bio, qui vient de se voir [amputée des deux tiers de son budget](#) et est menacée de disparition dans les débats budgétaires actuels, de défendre sa raison d'être. « Chaque euro financé par l'Agence bio génère entre 2 et 3 euros d'argent public et privé », souligne d'ailleurs Jean Verdier.

Or, si la France veut pouvoir répondre à un éventuel regain de demande de produits bio, il ne faut pas perdre de temps. [La conversion d'une exploitation](#) vers le label AB prend entre deux et trois ans en fonction des productions.

### **LIRE AUSSI :**

#### **[Alpina Savoie innove avec des pâtes garanties sans pesticides](#) **[DECRYPTAGE - Steak de soja, jambon de lentilles... le secteur du traiteur végétal progresse en France](#)****

Dans le même temps, nos voisins européens continuent de développer leurs productions. L'Espagne a vu sa surface en bio croître de 11,8 % entre 2022 et 2023, pour atteindre 3 millions d'hectares l'an dernier, tandis que l'Italie connaît également une belle dynamique (2,5 millions d'hectares, +4,5 %). Des pays qui, selon l'Agence bio, ont eu des politiques de maintien et de développement de l'agriculture biologique plus volontaristes que la France ces dernières années.

**Paul Turban**

## Les Echos

# Intermarché gagne son match contre E.Leclerc dans la reprise des magasins Colruyt

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la victoire d'Intermarché sur E.Leclerc dans la reprise de 54 magasins Colruyt. Cette opération renforce la position d'Intermarché sur le marché belge, tout en confortant son modèle d'indépendants associés.

✨ Synthèse IA ✨

Avec le rachat de 81 magasins Colruyt, Intermarché consolide sa dynamique et se rapproche de son objectif de 20 % de parts de marché d'ici à 2028. Une victoire face au numéro 1 E.Leclerc.



Le groupement Intermarché avance à nouveau habilement ses pions, tandis que le leader Leclerc reste à l'écart des mouvements de consolidation du secteur. (Shutterstock)

Par [Julia Lemarchand](#)

Publié le 17 juin 2025 à 11:42 Mis à jour le 17 juin 2025 à 13:57

Le feuillet Colruyt, du nom de la chaîne de magasins belge présente dans l'est de la France depuis près de trente ans, a enfin trouvé sa conclusion. Après avoir tenu en haleine tout le secteur de la grande distribution ces derniers mois, c'est donc Intermarché qui a remporté la mise, face au leader E.Leclerc, dernier acteur encore en lice après que Coopérative U a été sorti du jeu il y a peu. Apparaissant comme la dernière opération consistante à l'horizon dans un secteur en pleine consolidation, quasiment tous les distributeurs y ont porté un intérêt.

Le numéro 3 de la distribution française, dirigé par Thierry Cotillard, a annoncé, mardi matin, entrer en négociation exclusive pour l'acquisition de 81 supermarchés Colruyt et 44 stations-service situés dans l'est et le centre-est de la France, une région où la coopérative n'était pas très implantée. Un tour de force alors que le groupement a déjà les mains dans le cambouis avec [l'intégration de plus de 250 magasins Casino](#).

## Un coup dur pour E.Leclerc

Cette expérience de transformation a d'ailleurs sûrement rassuré le groupe belge, en comparaison avec un E.Leclerc qui, ces deux dernières années, a laissé passer les trains des rachats pendant que ses principaux concurrents Carrefour et Intermarché ont pris automatiquement des parts de marché grâce à leurs emplettes.

Pour rappel, [Cora et Match sont passés dans le giron de Carrefour en 2024](#), après la grande bascule des supers et hypers Casino, au total près de 380 points de vente convertis principalement en Intermarché, Auchan et dans une moindre mesure Carrefour. Sans oublier le [ralliement de Schiever pour Coopérative U](#).

### LIRE AUSSI :

[ANALYSE - Alexandre Bompard, une année de tous les possibles pour Carrefour « On doit faire mieux et on fera mieux », promet le PDG de Carrefour](#)

C'est d'ailleurs un sérieux revers pour le leader E.Leclerc qui, avec cette opération, cherchait à casser le plafond de verre s'étant installé au fil des derniers mois : sa part de marché plafonne à 24 % (-0,2 point en un an), certes solidement ancré sur la première marche devant Carrefour à 20,6 % (+2,1 points) et le groupement Mousquetaires à 18,2 % (+1 point), selon Kantar. Mais on voit bien la dynamique en cours. Tous les distributeurs gagnent des parts de marché, sauf lui.

## Intermarché vers les 20 % de parts de marché

Cette opération « conforte la dynamique de conquête de parts de marché prise par Les Mousquetaires ces derniers mois, tant sur le parc historique que via l'intégration de nouveaux magasins », se félicite Thierry Cotillard. Il accélère ainsi sa course vers l'atteinte de son objectif de 20 % de parts de marché fixé pour 2028. Le groupe estime que cette opération lui apportera automatiquement 0,25 point, mais espère 0,35 point avec la transformation des magasins Colruyt en « Express ». Son format de prédilection, dont il s'est fait une spécialité, et qui coïncide au format Colruyt de 990 m<sup>2</sup> de surface moyenne.

« Ce projet est possible grâce aux adhérents du Groupement qui ont été en mesure de proposer directement des offres pour le rachat de ces magasins », a précisé le patron des Mousquetaires, qui a

mené habilement cette négociation avec Christophe Chineau, président d'Intermarché et de Netto, et Lionel Peluhet, vice-président chargé des finances et du M&A. Le même trio à la manoeuvre lors de l'opération Casino.

Chose précieuse, le groupement n'a pas besoin de s'endetter davantage pour cette opération à 215 millions d'euros. Contrairement à l'opération Casino, qui lui a coûté plus de 1 milliard d'euros à rembourser sur dix ans environ, il n'y a pas ici de portage en direct.

Mais le travail qui s'annonce n'est pas mince pour Les Mousquetaires. Les activités en France de Colruyt ont représenté une perte opérationnelle de plus de 20 millions d'euros pour l'exercice 2024-2025, après -32 et -18 millions les années précédentes. En outre, l'opération reste soumise aux autorisations réglementaires habituelles, notamment de l'Autorité de la concurrence française. Aussi la réalisation de l'opération envisagée devrait avoir lieu au premier semestre 2026.

### **1.125 salariés dans l'expectative**

De même pour Colruyt, le dossier n'est pas clos. Le groupe belge cherchait à céder au total 104 magasins, ainsi que 3 entrepôts logistiques et un siège dans le Jura. Dans son communiqué, Colruyt précise que la promesse d'achat des Mousquetaires implique « le transfert automatique de plus de 1.300 salariés » (sur les 1.600 employés en magasin) ainsi que des « offres d'embauche en CDI pour 175 postes en entrepôt » (sur 280 employés en entrepôt).

#### **LIRE AUSSI :**

### **[DECRYPTAGE - Distribution : qui est Ahold Delhaize, ce géant européen qui aurait pu épouser Carrefour ?](#)**

Seuls près de deux tiers des 2.250 collaborateurs Colruyt sont donc concernés par la reprise. Stefan Goethaert, CEO de Colruyt Group, juge que c'était « la solution la plus responsable » parmi les propositions reçues. L'offre de E.Leclerc, selon La Lettre, portait sur 75 magasins, auxquels s'ajoutait la reprise d'une base logistique. Le groupe belge dit poursuivre sa recherche d'acquéreurs pour les 23 magasins restants et les 3 entrepôts non repris.

Lundi matin, le groupe coté annonçait en même temps ses résultats, affichant une croissance de 1,1 % de son chiffre d'affaires, à 10,96 milliards d'euros avec plus de 750 magasins. En revanche, le résultat net des activités poursuivies recule de 9 %, à 334 millions d'euros. Le groupe opère depuis deux ans un recentrage sur son marché coeur, la Belgique. Il a acquis, fin 2024, 40 magasins Delitraitteur en Belgique, un an après avoir racheté 54 magasins Match et Smatch en Belgique.

**Julia Lemarchand**

## Les Echos

# « Nous étions un petit de la grande distribution. Nous devenons un géant de la petite distribution » : la périlleuse restructuration de Casino

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la stratégie de Casino qui abandonne ses grands formats pour se concentrer sur la proximité. Ce repositionnement vise à relancer la rentabilité, mais reste risqué dans un contexte concurrentiel et social tendu.

✨ Synthèse IA ✨

Plus d'un an après la chute de Jean-Charles Naouri, le groupe de distribution dirigé par Philippe Palazzi a entamé une restructuration de grande envergure. Mais le temps et l'argent manquent.



Philippe Palazzi, directeur général du groupe Casino, dans le Monoprix Beaugrenelle, à Paris, le 11 juin 2025. (Lucien Lung/Riva Press pour Les Echos Week-end)

Par **Corinne Scemama**

Publié le 18 juin 2025 à 07:00 Mis à jour le 18 juin 2025 à 17:58

Votre abonnement vous permet d'accéder à cet article

En cette matinée frileuse de printemps, l'effervescence est à son comble dans le Petit Casino de Baraban, à Lyon. Les ballons verts et blancs, aux couleurs du distributeur stéphanois, accueillent les invités pour l'inauguration du magasin de proximité flambant neuf. L'arrivée de Philippe Palazzi, directeur général de Casino depuis un an, fait sensation. En jeans et mocassins en nubuck, il multiplie les accolades et les selfies. Le patron de 53 ans est venu porter la bonne parole. Entouré de nombreux hôtes, il vante la force du groupe « *au savoir-faire historique* », souligne-t-il. La réunion, joyeuse avec ses agapes et ses gâteaux monumentaux ultra-crèmeux, est également l'occasion de célébrer la renaissance de Casino, repris en 2024 par le milliardaire tchèque Daniel Kretinsky. Plus d'un an après la chute de l'empire de Jean-Charles Naouri, au bord de la faillite avec une dette abyssale de 8 milliards d'euros, la direction estime le groupe sauvé.

Pourtant, même si la nouvelle équipe n'a pas chômé depuis son arrivée pour construire un nouveau modèle autour des 7.013 points de vente restants après la cession des hypers et des supermarchés, le redressement ne fait que commencer. Le géant de la grande distribution, dont les ventes sont passées de 33 milliards en 2022 à 8,5 milliards d'euros en 2024, [est loin d'être tiré d'affaire](#). La stratégie de recentrage sur la proximité - avec Monoprix, Franprix, Naturalia, Petit Casino, Spar, Vival, Cdiscount - et le pari de la restauration et des services du plan Renouveau 2028, pourraient les aider à s'en sortir. À condition de disposer de suffisamment de temps et d'argent.

Car la situation cataclysmique de Casino ne date pas d'hier. Les observateurs prédisaient la fin de l'ère Naouri depuis près d'une décennie. Le patron emblématique a certes développé en vingt ans un groupe prospère et multiformats, avec des hypers Géant rentables, des magasins de proximité réputés et un site marchand prometteur. Mais la folie des grandeurs de ce financier de haut vol a causé des dégâts irréparables. Il n'a jamais cessé sa course en avant, à coups de rachats parfois inconsidérés, pour gagner des parts de marché. « *Au lieu d'investir pour consolider et professionnaliser davantage Casino, il a préféré s'installer en Thaïlande et au Brésil* », regrette un pro du secteur. L'homme, qui a longtemps jonglé avec les chiffres et les holdings au travers de mécanismes complexes, a fait exploser la dette du groupe. Acculé, il a laissé des enseignes comme Monoprix se dégrader. « *Le nouveau Casino a hérité de dix ans de non-investissement* », relève Frank Rosenthal, expert en marketing.

## Marges de manoeuvre limitées

Un constat qui n'a pas découragé l'équipe fraîche émoulue. Le 27 mars 2024, jour de son arrivée à la tête du groupe, Philippe Palazzi, accompagné des membres du Comex, débarque au siège de Casino à Saint-Etienne. Cette visite, destinée à rassurer les employés traumatisés par de longs mois de flottement, est suivie par d'autres à Clichy (Monoprix) et à Vitry (Franprix). L'homme de terrain - « *Quelqu'un de tenace qui connaît bien le commerce* », apprécie Frank Rosenthal - ne ménage pas sa peine. Il a déjà visité un nombre impressionnant de points de vente partout en France et a même entrepris un tour de Corse à moto pour faire la tournée de tous les Spar de l'île ! Sa mission, il la résume en trois mots : « *Sauver, redresser, développer* ». Pressenti depuis le début par Daniel Kretinsky qui l'a vu à l'oeuvre chez Metro, Philippe Palazzi a eu le temps de réfléchir à la tâche titanesque qui l'attendait : relever une entreprise considérée par certains comme irrécupérable et lui donner « *une stratégie cohérente* », selon le patron.

Les marges de manoeuvre se révèlent pourtant limitées : « *Le nouvel actionnaire a sous-estimé la situation catastrophique de Casino* », estime un analyste. Il lui faut donc un électrochoc. « *Les repreneurs désiraient conserver le groupe dans son intégralité* », affirme le directeur général. Mais les résultats se sont

dégradés, contraignant à vendre les hypers et les supermarchés. Une décision lourde de conséquences. Bien sûr les Géant constituaient de gros foyers de perte. Au point que les repreneurs - Intermarché et Auchan - n'ont pas pu tous les sauver. Mais depuis ces cessions, Casino ne boxe plus dans la même catégorie. Philippe Palazzi a beau répéter à l'envi préférer la rentabilité aux parts de marché, il reconnaît que ces choix ont été dictés par la nécessité. Comme [le plan social qui a touché 2.200 employés](#).

« *Nous étions un petit de la grande distribution. Nous devenons un géant de la petite distribution* », martèle le directeur général. La stratégie de recentrage sur la proximité, entérinée dans le plan Renouveau 2028, il la revendique haut et fort, affichant une sacrée dose d'optimisme. « *Ce type de commerce est très résilient* », indique-t-il, évoquant l'explosion de « *l'économie de la flemme* ». Il n'a pas tort : les Français plébiscitent les magasins près de chez eux pour les courses du quotidien. Selon une étude récente d'Infopro Digital-LSA, 97 % d'entre eux déclarent les fréquenter régulièrement. Avec un avantage pour Casino : « *Nous bénéficions d'emplacements exceptionnels que la concurrence nous envie* », se félicite Philippe Palazzi. À Paris, Casino détient 40 % de parts de marché avec Franprix, Monoprix et Naturalia. « *Le nouveau périmètre fait sens* », approuve Clément Genelot, analyste chez Bryan, Garnier & Co. Alors, pour renouer avec la croissance, le directeur général compte utiliser la cagnotte de 1,2 milliard d'euros mise à disposition par l'actionnaire et s'appuyer sur ses deux enseignes phares.

## L'atout Franprix

Franprix - 1.050 magasins, avec 83 % de franchisés, dont des masters franchisés comme Moez-Alexandre Zouari, à la tête de 115 épiceries - reste puissante en région parisienne mais elle doit s'adapter aux nouvelles exigences des consommateurs. « *Nous avons dû remettre à plat notre modèle commercial* », raconte Vincent Doumerc, directeur général de Franprix. Après Mandarine, il vient de lancer Oxygène, un concept de point de vente plus lumineux, avec une offre étoffée et la multiplication des services comme les casiers Vinted ou le gardiennage de valises (11.000 pendant les JO). Les premiers résultats sont plutôt encourageants. « *Avec 1.200 clients par jour, notre chiffre d'affaires est de 15 % à 20 % supérieur à celui d'un Franprix classique* », se réjouit Karl Lévy, le directeur du nouveau magasin ouvert dans le VIII<sup>e</sup> arrondissement de la capitale. Franprix va également lancer « les prix francs », une sélection de produits bon marché, et renouveler ses MDD via Leader Price.



Philippe Palazzi, directeur général du groupe Casino. La direction veut développer la franchise pour l'enseigne Monoprix. Lucien Lung/Riva Press pour Les Echos Week-end

Mais la réussite du plan stratégique passe surtout par Monoprix, objet de fierté et de tourments, tant le parc est dégradé. « *C'était devenu une belle endormie* », reconnaît Alfred Hawawini, directeur général de Monoprix. Pourtant, le modèle est unique au monde : ce mélange d'offre alimentaire, de beauté, de mode et de déco, plaît aux cadres des grandes villes. La situation est malgré tout délicate. C'est pourquoi Monoprix - plus de 45 % du chiffre d'affaires du groupe - fait aujourd'hui l'objet de toutes les attentions. Cent cinquante des 300 millions d'euros annuels prévus par l'actionnaire lui seront consacrés, permettant de renouveler un tiers du parc d'ici 2028. La direction veut également développer la franchise (un peu plus de 40 % du parc, Monop compris), ne serait-ce que pour partager les coûts exorbitants de la restructuration. L'enjeu ? « *Justifier les prix premium* », expose Alfred Hawawini. Car les clients ont beau disposer d'un pouvoir d'achat important, ils tiquent de plus en plus sur les tarifs pratiqués, supérieurs à ceux du marché. Naturalia, elle, vient d'ouvrir des magasins conçus comme des halles de marché : « *Avec La Ferme, nous voulons attirer les néophytes du bio* », avance Richard Jolivet, patron l'enseigne. Elle travaille aussi sur ses MDD et a déjà baissé le prix de 700 produits.

De leur côté, les magasins Spar, Vival et Petit Casino se modernisent sur un marché régional disputé. Ce n'est pas évident. Des masters franchisés comme Puig et Magne ont déjà rejoint Carrefour. Heureusement, beaucoup de franchisés restent attachés au groupe, comme ce jeune entrepreneur de Lyon qui ouvre son 37<sup>e</sup> magasin Casino. Quant à Cdiscount, elle se relance en misant sur les engagements durables afin d'exister face à Amazon.



Espace de restauration à emporter La Cantine, au Monoprix Beaugrenelle à Paris. Lucien Lung/Riva Press pour Les Echos Week-end



Espace de restauration à emporter La Cantine, au Monoprix Beaugrenelle. « La restauration à emporter devrait passer de 10 % à 50 % du chiffre d'affaires total d'ici dix ans », affirme Philippe Palazzi. Lucien Lung/Riva Press pour Les Echos Week-end

L'autre pilier du redéploiement est la restauration. Le patron compte beaucoup dessus. « *Il a 100 % raison. La fusion du commerce et de la restauration sous le même toit fonctionne extrêmement bien* », analyse Bernard Boutboul, président de Gira Conseil. Un vrai relais de croissance dans un marché « *au potentiel énorme* », ajoute le spécialiste. Même si les ambitions semblent démesurées. « *La restauration à emporter devrait passer de 10 % à 50 % du chiffre d'affaires total d'ici dix ans* », a insisté Philippe Palazzi lors de l'inauguration de La Cantine le 3 avril dernier au Monoprix Beaugrenelle (Paris XV<sup>e</sup>), qui offre une multitude de plats préparés, de sandwiches signature ou de pâtisseries créées par Noémie Honiat, célébrité de Top Chef. Le pari est de capter la clientèle du petit-déjeuner à l'apéro en passant par le déjeuner et le goûter, servie par des baristas en hauts noirs et tabliers jaunes. Mais ce n'est pas encore gagné.

## Manque de temps

Malgré tous ces efforts, l'assainissement accompagné « *d'avancées concrètes* », dixit Philippe Palazzi le 29 avril lors des résultats du premier trimestre 2025, ne suffit pas. « *La rationalisation va se poursuivre à un rythme soutenu* », admet le patron. La route semble longue. « *Ils doivent à la fois gagner un sprint et un marathon* », résume Frank Rosenthal. Faire passer le plus de magasins possibles en franchise - « *De la rentabilité pure* », considère Clément Genelot -, ne se fait pas en un claquement de doigts, même si Moez-Alexandre Zouari vient de signer pour 27 Monop. La mise en place des nouveaux concepts prendra, elle aussi, des années avant de donner des résultats. « *On doit choisir nos combats* », plaide Alfred Hawawini. Sauf que le groupe est obligé d'accélérer la cadence.

### LIRE AUSSI :

## Casino : la pression monte sur Kretinsky

En réalité, Casino a besoin de plus de temps et d'argent afin de mieux rebondir. Pour que les réformes donnent leur pleine mesure, le groupe doit revoir en profondeur sa politique de prix. Pas question de concurrencer Leclerc, la proximité est en moyenne de 15 % à 20 % plus cher. Il n'empêche, les tarifs doivent redevenir concurrentiels et pas seulement au gré des promotions.

Une promesse du repreneur difficile à tenir car, avec ses loyers élevés, Casino est pris au piège : « *Si les prix baissent de manière significative, vous flinguez la rentabilité. Si vous les laissez dériver, vous perdez votre clientèle* », observe un expert. Les marges de manoeuvre sont étroites : la dette nette financière a été réduite de 8 à 1,2 milliard d'euros (avec un effacement de 5 milliards au moment du rachat), mais elle reste préoccupante. « *Casino continue à brûler de l'argent* », indique Clément Genelot. Le groupe, qui espère un retour à l'équilibre en 2026, doit faire face à des échéances bancaires la même année.

### LIRE AUSSI :

## Grande distribution : pourquoi la proximité est un marché « structurellement porteur »

Alors, il n'y a plus le choix. Pour sortir de la zone de danger, Daniel Kretinsky doit réinjecter de l'argent. « *S'il rajoutait 2 milliards d'euros et qu'il était prêt à laisser du temps à Philippe Palazzi, Casino serait définitivement sauvé* », juge un expert. L'homme d'affaires pourrait aussi sacrifier des pans d'activité, mais se délester des épiceries de province ne rapporterait pas assez. Et s'il s'avisait de céder la pépite Monoprix, que resterait-il du groupe ? Faire rentrer de nouveaux partenaires au capital est

également possible, à condition de trouver des investisseurs intéressés. Daniel Kretinsky pourrait enfin se résoudre à revendre le distributeur. « *C'est une vraie solution* », considère un pro de la distribution.

Pour le moment, nul n'évoque cette option au sein de Casino. Philippe Palazzi continue à travailler d'arrache-pied. Il vient d'annoncer [l'ouverture de 210 magasins au Maroc](#). Le patron infatigable reste confiant : « *J'ai la chance d'avoir un actionnaire de long terme.* » De quoi espérer, comme à Lyon lors de l'inauguration du Petit Casino, des lendemains qui chantent.

## Casino en chiffres

8,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

7.013 points de vente en France et à l'étranger.

85 % des points de vente franchisés.

25.000 collaborateurs.

## Daniel Kretinsky, un actionnaire éclectique

Le milliardaire tchèque de 49 ans ne se passionne pas seulement pour l'énergie, la culture (Fnac-Darty) et les médias (*Elle*, *Télé 7 jours*, T18 depuis peu). Il s'intéresse aussi de près à la grande distribution. Après avoir investi dans Metro, le grossiste alimentaire allemand dont il est devenu l'actionnaire principal, il a repris en 2024 le groupe Casino aux termes d'une bataille avec l'autre candidat à la reprise, le trio Zouari-Niel-Pigasse. Daniel Kretinsky a construit son empire - selon *Forbes*, sa fortune personnelle s'élèverait à 9,8 milliards de dollars - en acquérant des entreprises en difficulté, voire des cas désespérés. De ce point de vue, la relance du groupe de distribution stéphanois constitue un de ses plus gros défis.

## Monoprix, enseigne stylée

C'est une drôle de caverne d'Ali Baba, avec un mélange de textile, de déco et de design. Les prototypes de vêtements masculins, féminins et les tenues d'enfant s'entassent en attendant d'être approuvés et voisinent avec les meubles vintage et la vaisselle aux couleurs acidulées. Au siège de Monoprix, vingt stylistes travaillent en permanence dans leur studio de création pour proposer des collections originales. Héritée de Prisunic, absorbé par Monoprix en 1997, la tradition s'est développée et fait le succès de l'enseigne. Aujourd'hui, Monoprix compte plus que jamais sur ses collections imaginées en collaboration avec de grands créateurs pour garder son originalité et rajeunir la clientèle. Et cela marche, notamment pour la déco, où les objets et le mobilier se vendent comme des petits pains. L'ambition du groupe ? « *Reprendre la place d'acteur incontournable de la mode, de la déco et de la beauté* », affirme Alfred Hawawini, directeur général de Monoprix.

**Corinne Scemama**

# Les Echos

## Auchan dévoile son nouveau concept de magasin pour sauver ses hypers

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du lancement par Auchan d'un nouveau concept d'hypermarché plus compact, digital et mieux segmenté. Ce format vise à répondre aux attentes modernes des consommateurs et à relancer les performances des hypers en difficulté.

✨ Synthèse IA ✨

Le distributeur français inaugure un hypermarché repensé à Fréjus, symbole de sa relance. Avec un aménagement axé sur le confort client et une offre recentrée sur le frais, ce magasin affiche déjà des ventes en forte croissance. L'accessibilité prix reste un défi clé pour le distributeur.



Auchan repense ses hypermarchés avec un concept axé sur le confort client et une offre recentrée sur les produits frais, comme en témoigne le magasin de Fréjus. (Auchan)

Par [Julia Lemarchand](#)

Publié le 19 juin 2025 à 12:34 Mis à jour le 19 juin 2025 à 17:37

Marc Diego n'en revient pas. Le directeur de cet ancien Casino varois, passé sous enseigne Auchan en mai 2024, vit une deuxième renaissance. Après avoir changé de devanture il y a un an, voilà son magasin de Fréjus refait de fond en comble. Guillaume Darrasse, qui a repris les rênes d'un géant à la dérive en avril 2024, en a même fait le premier magasin témoin de ses hypers nouvelle mouture. Auchan compte 145 hypermarchés intégrés parmi ses 442 magasins, sans compter les 70 magasins environ en franchise et les drives.

Ayant la « taille cible » (8.300 mètres carrés), cet hyper varois ne figure pas sur la liste des 66 grandes surfaces qui devront, au cours des trois prochaines années, être rabotées de 20 % et modernisées pour retrouver de l'allant.

## Nouveau plan de magasin

« Je pourrais facilement vous faire une visite de quatre heures », démarre, enthousiaste, le patron du numéro cinq de la distribution. Guillaume Darrasse a traversé la France depuis Lille, fief de l'enseigne phare de la famille Mulliez, pour venir inaugurer le nouveau concept de magasin, sur lequel repose largement la relance du distributeur. Au total, 750 millions ont été prévus pour l'indispensable rénovation de son parc de magasins, dont 13 % réalisés en 2024 et 35 % en 2025.

Quatre heures à déambuler dans les rayons, peut-être pas. Mais les clients y passeront volontiers plus de temps. Clair, calme, aéré, organisé, lisible...

### LIRE AUSSI :

### [EN CHIFFRES - Les travaux d'Hercule d'Auchan après une nouvelle année de perte](#)

« L'aménagement a d'abord été pensé pour améliorer le confort des clients », explique le directeur du magasin, avec force arguments : le carrelage a disparu pour un sol en lino qui neutralise le bruit des caddies, une lumière plus tamisée, des meubles plus bas pour mieux voir l'offre, moins de caisses automatiques et plus de caissières, un parcours fluidifié grâce à une deuxième entrée de magasin, des rayons ouverts en leur milieu...

Surtout, le magasin a été repensé avec une double allée centrale. Au centre de ce nouveau plan sont disposés les produits « fond de placard » du quotidien, autour duquel s'organisent en étoile les divers univers.

## Des partis pris plus clairs sur l'offre

Voilà pour l'enveloppe. Pour son contenu, pas de révolution de l'offre. Pionnier du « tout sous le même toit », Auchan n'a pas fait de choix drastique, mais plutôt cultivé des partis pris. On retrouve encore beaucoup de non-alimentaire, notamment du textile (enfants et adultes), segment pourtant particulièrement malmené par la concurrence des plateformes chinoises et des nouveaux modes de consommation.

Plus tendance, des espaces santé et bien-être ont été enrichis d'une parapharmacie et d'un espace optique, au détriment de l'électronique et du gros électroménager, rayon dans lequel les vendeurs ont disparu.

Dans l'alimentaire, où part l'essentiel du budget conso, le frais devient le « coeur de notre réacteur », insiste Guillaume Darrasse. Des halles, façon Grand Frais, ont été pensées comme des aimants pour les courses du quotidien. A la manoeuvre, 70 employés sur ces métiers de bouche, de la boulangerie-pâtisserie (produite entièrement sur place) à la poissonnerie, en passant par la fromagerie et la boucherie. Ils représentent près d'un tiers de l'effectif du magasin (230 salariés) et des dernières embauches (30 en un an).

## **Le match des prix**

Les produits régionaux sont également largement mis en avant dans tous les rayons, bien signalisés et en amorce des allées. « Nous travaillons en direct avec 34 producteurs varois, situés aux alentours du magasin. Ces produits séduisent de plus en plus les Français, surtout lorsqu'ils sont en vacances. Ils apprécient par exemple revenir chez eux avec des produits de la région pour eux ou à offrir », explique le directeur du magasin, content d'avoir tenu les délais des trois mois de travaux, sans fermeture, pour être prêt pour le début de la saison. L'été, ce magasin à proximité des plages double son chiffre d'affaires.

### **LIRE AUSSI :**

[\*\*DECRYPTAGE - Les Mulliez en ordre de bataille pour sauver le soldat Auchan\*\*](#)  
[\*\*ENQUETE - La périlleuse restructuration de Casino\*\*](#)

Mais tout ce travail ne pourra véritablement porter ses fruits que si Auchan revient dans le match des prix. « L'accessibilité des produits est un chantier entamé il y a un an, qui commence à se voir », assure Guillaume Darrasse, qui aime prendre l'exemple des 94 ex-Casino convertis l'an dernier : une baisse de 15 % des prix en moyenne, qui a généré un gain de 30 % à 40 % de volume de ventes. Mais chez Casino, sur les prix, on parlait d'encore plus loin.

Pour Marc Diego, les résultats sont en tout cas probants en matière de chiffre d'affaires : 45 millions l'an dernier, soit une hausse de près de 10 % sur un an. 2025, première année pleine sous pavillon Auchan, s'annonce prometteuse. D'autant que, depuis l'installation du nouveau concept, début juin, la croissance des ventes est à deux chiffres, affirme son directeur.

Reste, pour Auchan, la délicate tâche pour un groupe intégré d'infuser cette dynamique à grande échelle. L'équation financière pèse également sur les choix, alors que le groupe Elo, holding propriétaire d'Auchan, a creusé ses pertes l'an dernier à 1,2 milliard d'euros.

**Julia Lemarchand**

## Réinventer le commerce

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la transformation du commerce face à l'évolution des usages : digitalisation, recherche de sens, proximité, prix. La distribution doit innover pour s'adapter à des consommateurs plus volatils et exigeants.

✨ Synthèse IA ✨

Auchan lance à Fréjus un nouveau concept d'hypermarché destiné à apporter plus de confort aux clients et proposer une offre recentrée sur le frais.



Julie Chauveau (Dessin Kim Roselier Pour Les Echos)

Par **Julie Chauveau**

Publié le 19 juin 2025 à 19:20 Mis à jour le 20 juin 2025 à 06:20

Juin 1963, la France découvre à Sainte-Geneviève-des-Bois le premier hyper Carrefour bien dans l'air du temps de la croissance débridée d'alors. Au volant de son véhicule, le père de famille pouvait rejoindre ce nouveau magasin, situé en périphérie, avec la promesse de trouver « tout sous le même toit » à bas prix. Résultat, des ventes massifiées et le petit commerce squeezé.

62 ans plus tard, le paysage du commerce est totalement chamboulé. Domination des ventes en ligne, influenceurs de plus en plus puissants, les distributeurs classiques n'ont plus la main. Dans les grandes métropoles urbaines la dépendance à la voiture est moins forte, ce qui réduit l'attractivité des grands hypermarchés. Les familles monoparentales sont de plus en plus nombreuses.

Le concept d'hypermarché serait donc à son tour devenu le symbole d'un « vieux truc » inutile, puisqu'il est plus facile d'acheter sa chaîne hi-fi, sa machine à laver, son t-shirt tendance en ligne. Pourquoi prendre sa voiture pour acheter des pâtes ?

## **Des logements sur les parkings**

Dans la réalité, le commerce n'obéit pas simplement aux phénomènes de mode. Il y a deux ans, post-Covid, les start-up pensaient tout révolutionner en promettant de livrer les courses en quinze minutes. Elles ont été balayées.

Les grands groupes français sont longtemps partis à la conquête du monde jusqu'en Chine, comme Carrefour, ou en Russie comme Auchan, et ont peut-être oublié de s'intéresser à leur propre territoire. Aujourd'hui, Auchan repense ses grands hypermarchés. Et si [Intermarché](#) a décidé de se charger en magasins supplémentaires à coups d'acquisitions, c'est pour augmenter ses parts de marché et mieux peser dans les négociations commerciales.

### **LIRE AUSSI :**

[\*\*Auchan dévoile son nouveau concept de magasin pour sauver ses hypers  
« L'urgence de la situation nous a fait prendre des décisions rapides » : le patron d'Auchan explique son plan de relance\*\*](#)

Un grand travail de transformation vient de commencer, les rayons de non-alimentaire aujourd'hui désertés laissant la place à de nouveaux concepts. Certains rêvent d'aller plus loin et d'inventer une nouvelle logistique en grappe, alliant une grande surface de commerce devenue partiellement plateforme de livraison pour des supermarchés voisins.

Les vieux hypermarchés sont aussi devenus, grâce à leurs gigantesques parkings, des réserves foncières idéalement placées car l'urbanisation a peu à peu encerclé les « boîtes » d'autrefois. Flairant l'occasion, les urbanistes ont commencé à plancher sur des [projets d'implantation de logements](#) notamment en Ile-de-France. À la faveur du Grand Paris, les sites sont devenus accessibles en transport en commun. Un trésor.

**Julie Chauveau**

# Les Echos

## « L'urgence de la situation nous a fait prendre des décisions rapides » : le patron d'Auchan précise son plan de relance

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des décisions stratégiques d'Auchan détaillées par son PDG : réduction d'effectifs, rationalisation des magasins, recentrage sur l'offre. Il défend une approche d'urgence dictée par les faiblesses structurelles de l'enseigne.

✨ Synthèse IA ✨

Arrivé il y a un peu plus d'un an, Guillaume Darrasse, directeur général d'Auchan Retail, détaille sa stratégie. Objectif : séduire à nouveau les clients et renforcer sa compétitivité, alors qu'un plan social est en cours et que de nouvelles fermetures de magasins se confirment.



« Notre réalité, c'est qu'un Auchan a vu s'installer autour de lui en moyenne 7 à 8 hard discounters comme Aldi, Lidl ou Action », explique Guillaume Darrasse. (DR)

Par [Julia Lemarchand](#)

Publié le 19 juin 2025 à 17:46 Mis à jour le 19 juin 2025 à 19:40

Réduction des surfaces, déploiement du nouveau concept magasin et valorisation du partenariat à l'achat avec Intermarché figurent au menu du vaste chantier auquel Guillaume Darrasse, directeur général d'Auchan Retail, s'est attelé.

***Vous avez pris les commandes d'Auchan il y a un peu plus d'un an, après que l'enseigne a connu sept directeurs généraux en quinze ans. Pensez-vous agir assez vite pour sortir l'enseigne de l'ornière ?***

D'abord, rappelons que nous avons beaucoup d'atouts : nos équipes ont un vrai savoir-faire, nous disposons de beaux actifs, une structure actionnariale solide, et nous ne sommes pas en Bourse, ce qui contraire, on le sait, la stratégie des dirigeants sur le temps long.

La difficulté de nos métiers est d'avoir une idée claire de ce que l'on fait dans les deux ans, sans abandonner la vision à dix ans. L'urgence de la situation nous a fait prendre des décisions rapides : des cessions de magasins et [un plan social](#) l'an dernier.

**LIRE AUSSI :**

### **[Auchan dévoile son nouveau concept de magasin pour sauver ses hypers](#)**

Cela a été un choc pour les équipes. Nous avons beaucoup verbalisé les problèmes que chacun rencontrait, c'était une étape indispensable pour pouvoir se réunir autour d'un nouveau projet commercial et se concentrer sur les choses importantes : le client, le produit, la marque. Ma priorité, ça va vous paraître tarte à la crème, mais c'était de redonner du sens et une dynamique collective.

***Le feu est-il vraiment éteint ? En plus de la fermeture annoncée des quatre hypers, vous cherchez à vous séparer de deux nouveaux magasins. Qu'en est-il exactement ?***

Nous avons toujours considéré qu'un magasin, ça ne fermait pas. A tort. La réalité, c'est que nous sommes dans un monde d'imprévisibilité extrême, et avec de fortes distorsions de concurrence.

*Notre réalité, c'est qu'un Auchan a vu s'installer autour de lui en moyenne 7 à 8 hard discounters comme Aldi, Lidl ou Action.*

Je pense [aux plateformes chinoises](#) mais aussi à la Tascom [taxe sur les surfaces commerciales, NDLR], par exemple, qui fait que certaines grandes surfaces payent deux fois plus de taxes qu'un discounter [cette taxe est majorée de 50 % pour les établissements dont la surface de vente excède 2.500 m<sup>2</sup>, NDLR]. Notre réalité, c'est aussi qu'un Auchan a vu s'installer autour de lui en moyenne 7 à 8 hard discounters comme Aldi, Lidl ou [Action](#).

Hier [mercredi], un CSE s'est tenu pour annoncer la dénonciation du bail et la fin de l'exploitation de l'hypermarché de Sarcelles. Plus tôt dans la semaine, nous avons officialisé la mise en vente du magasin d'Epinay-sur-Seine, pour laquelle nous menons des discussions exclusives avec Leclerc.

***L'hypermarché, dans ce contexte, a-t-il un avenir ?***

L'hypermarché est loin d'être mort. 89 % des Français y font régulièrement leurs courses. Certains hypers réussissent très bien ! Seulement, la rentabilité n'est pas forte sur une très grande surface, ce n'est pas comme dans l'industrie. Aussi, dès que vous perdez un petit peu de volume, cela devient vite un sujet urgent à gérer. Sur l'alimentaire, nous n'avons pas retrouvé les niveaux d'avant-Covid.

***Tous les distributeurs, y compris Auchan, activent des plans de baisse de prix pour attirer les clients et retrouver des volumes. Auchan est mal positionné dans cette guerre des prix. Comment rester dans le match ?***

Ces dernières années, Auchan a perdu beaucoup de terrain sur l'indice prix, nous ne nous cachons pas derrière notre petit doigt. L'achat des 94 magasins Casino a contribué à nous redonner de la puissance à l'achat, tout en montrant qu'on était encore présent sur le marché.

**LIRE AUSSI :**

### **Les Mulliez en ordre de bataille pour sauver le soldat Auchan**

Pour avoir de meilleures conditions à l'achat, et donc des meilleurs prix pour nos clients, nous comptons surtout sur l'alliance avec Intermarché et Casino, avec qui nous avons créé [Aura Retail](#) en septembre dernier. Il faut redire combien ce partenariat est inédit, tant par sa durée [de dix ans] que son périmètre [alimentaire, non-alimentaire, équipement des magasins]. Nous réalisons aussi des appels d'offres communs, par exemple pour nos produits alimentaires [en marques propres](#) (MDD).

***Cette alliance commence-t-elle à porter ses fruits ?***

Le marché doit s'habituer à ce nouvel acteur. Les premiers signes sont positifs. Le gros du potentiel de cette alliance est maintenant à aller chercher à l'échelle européenne grâce à [Everest](#), la centrale européenne à laquelle Aura Retail s'est associée.

*Nous avons décidé [...] de faire moins de promotions pour faire des promotions plus percutantes.*

L'objectif est d'obtenir de meilleures conditions tarifaires auprès des plus grandes multinationales de l'alimentaire. Ces dernières ont tendance à segmenter les marchés, entraînant des écarts de prix en Europe.

A nous aussi d'être plus efficaces en magasin : nous avons décidé, par exemple, de faire moins de promotions pour faire des promotions plus percutantes.

***Vous venez de dévoiler un nouveau concept de magasins, quels sont les choix importants que vous avez pris pour redonner envie aux Français de venir faire vos courses chez Auchan ?***

La décision importante, c'est d'abord de réduire de 20 % en moyenne la surface de 66 de nos hypers pour atteindre une taille cible de 8.000 mètres carrés. A la fin de l'année, 20 magasins auront déjà été ainsi transformés.

**LIRE AUSSI :**

## Après la France, Auchan poursuit sa cure de rigueur et ferme des supermarchés en Espagne

C'est un gigantesque chantier, que nous réalisons en même temps que la modernisation du parc et le déploiement du [nouveau concept de magasin](#) que nous venons de présenter à Fréjus. Ce n'est pas un modèle industriel figé, mais à adapter en fonction des besoins de la clientèle, avec des partis pris forts sur le frais. Le tout en fluidifiant le parcours et le confort des clients en magasin.

### ***Sur le non-alimentaire, où les difficultés sont importantes, les arbitrages en magasin paraissent moins clairs...***

Nous continuons à donner du choix aux clients, et en même temps à nous concentrer davantage sur leurs besoins au quotidien. Par exemple, être fort sur les grands saisonniers, comme la rentrée des classes, Noël, [le jardin](#) au printemps, etc.

En revanche, on va fortement alléger l'électronique, par exemple. Mais nous continuerons à être présents sur le textile, ce qui ne veut pas dire qu'on ne doit pas rationaliser ce rayon. Au total, notre offre sur le non-alimentaire va réduire de 20 %.

Je crois fortement au principe de subsidiarité, nos métiers sont en réalité très déconcentrés. C'est pour cela que nous avons mis en place les « zones de vie » qui permettent d'animer le réseau à un niveau plus régional, et de favoriser la collaboration entre les directeurs, de leur donner de l'autonomie. Une approche nationale est forcément « moyennisante ».

**Julia Lemarchand**

# Les Echos

## Leclerc, Carrefour, Intermarché, Auchan... la bataille des parts de marché s'intensifie

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la vive concurrence entre les enseignes de la grande distribution. Leclerc domine mais Carrefour, Intermarché et Auchan répliquent par des stratégies d'agressivité commerciale, d'innovation et de redéploiement.

✨ Synthèse IA ✨

Leclerc reste leader de la grande distribution avec 24 % de parts de marché, mais perd un peu de terrain face à Carrefour et Intermarché. La redistribution des cartes, est accélérée par le dépeçage de Casino, dans un secteur en mutation.



« Les prix restent bien supérieurs à leurs niveaux de 2022, ils restent la priorité numéro un des Français », résume Gaëlle Le Floch, directrice marketing chez Kantar. (Syspeo/SIPA)

Par **Ninon Renaud**

Publié le 20 juin 2025 à 06:51 Mis à jour le 20 juin 2025 à 07:36

La chute de Mammouth il y a 30 ans ou, plus récemment, de Casino en témoignent : rien n'est jamais gagné dans la grande distribution. Ces dernières années, la crise inflationniste a durci la concurrence entre les grandes enseignes.

Avec 24 % de parts de marché selon l'institut Kantar, [Leclerc](#), qui défend bec et ongles son statut d'enseigne la moins chère, a d'abord pris une longueur d'avance sur son plus proche concurrent, Carrefour et ses 20,6 % de parts de marché, devant Intermarché à 18,2 %. Mais le bras de fer s'est poursuivi avec le dépeçage de Casino, qui a vu 600 magasins d'alimentation changer de main en deux ans, sans la participation du premier de la classe, redonnant des forces aux compétiteurs de Leclerc.

Sur un an, le groupe indépendant a perdu un peu de terrain (0,2 point) au profit [de Carrefour](#), qui a gagné deux points de part de marché, tandis que le Groupement Mousquetaires en a gagné une, devançant encore largement Coopérative U, à 12,8 %, et Auchan, désormais relégué à la cinquième place avec 8,7 % de parts de marché, selon le dernier relevé de Kantar.

## Une performance commerciale difficile à évaluer

La récente vente à Intermarché [des magasins Colruyt](#), qui ont échappé à Leclerc, devrait encore mécaniquement renforcer le poids du Groupement Mousquetaires, concentré sur son objectif de 20 % d'ici à 2028.

### LIRE AUSSI :

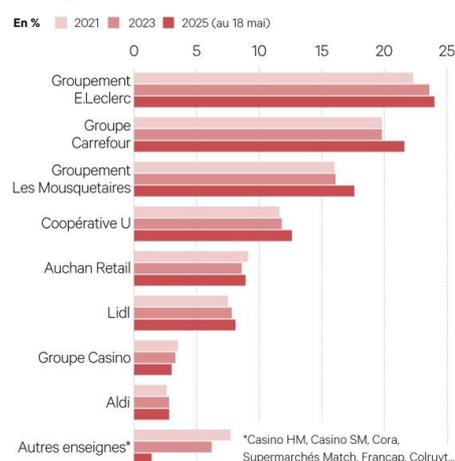
[REPORTAGE - Auchan dévoile son nouveau concept de magasin pour sauver ses hypers](#)  
[INTERVIEW - « L'urgence de la situation nous a fait prendre des décisions rapides » : le patron d'Auchan explique son plan de relance](#)

Rien n'est encore joué : « 1+1 ne fait pas systématiquement deux, on n'empile pas les parts de marché : les gains peuvent être décevants car les choix de politique commerciale peuvent perturber les consommateurs », tempère Gaëlle Le Floch, directrice marketing chez Kantar.

« La redistribution des cartes est complexe à évaluer, il va falloir un peu de temps pour évaluer la performance commerciale des différentes enseignes », ajoute Frédéric Boubliil, expert du retail. Tous les acteurs ont fait des efforts sur les prix pour réduire l'écart avec le champion du secteur, mais cet argument pourrait en outre perdre un peu de poids. Le reflux de l'inflation, qui avait écrasé toute autre considération que les prix aux yeux du consommateur, pourrait en effet modifier ses priorités en magasin.

« Les prix restent bien supérieurs à leurs niveaux de 2022, ils restent la priorité numéro un des Français, mais toute la question est de savoir où les Français vont mettre le curseur », résume Gaëlle Le Floch. La reprise du marché du bio ou le succès des formats de magasins de proximité signalent en effet une diversification des critères d'achat. Reste à trouver le bon équilibre.

### La part de marché des groupes de la grande distribution



SOURCES : KANTAR

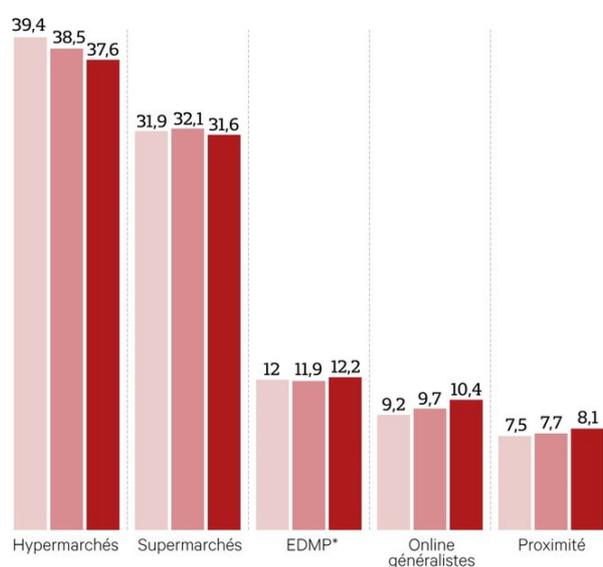
Les enseignes tentent de coller à ces évolutions en testant de nouveaux formats, comme Auchan avec son hypermarché à taille plus réduite qui met l'accent sur les produits frais, sur le modèle d'une halle, format qui fait [le succès du spécialiste Grand Frais](#). « Pour les distributeurs généralistes, le frais est d'autant plus stratégique que, comme il se garde moins longtemps, il permet de faire revenir plus souvent les clients en magasin, souligne Gaëlle Le Floch. C'est aussi un moyen de travailler son image : une bonne présentation illustre la qualité du magasin dans son ensemble. »

## Une fragmentation qui complique la donne

Pour trouver la formule qui fait mouche, il faut aussi être au plus près du consommateur : c'est toute la force du modèle décentralisé des indépendants par rapport aux groupes intégrés comme Auchan et Carrefour.

### La part de marché des différents types de commerces

En % ■ Mai 2023 ■ Mai 2024 ■ Mai 2025



SOURCE : KANTAR

\*Enseignes à dominante marques propres



Guillaume Darrasse, le patron du premier, indique promouvoir le « principe de subsidiarité » via « la mise en place des « zones de vie » qui permettent d'animer le réseau à un niveau plus régional ». Alexandre Bompard, le patron du second, accélère la bascule vers la franchise et la location-gérance pour insuffler davantage d'esprit entrepreneurial dans son réseau, tout en réduisant ses coûts.

Il reste que tous ces acteurs historiques voient en parallèle émerger de nouveaux acteurs spécialisés qui poussent à une fragmentation des achats et fragilisent le modèle du tout-en-un des hypermarchés. D'autant que dans un contexte de stabilité de la consommation, les parts du gâteau sont plus petites pour tout le monde. « Nous ne sommes pas au bout du mouvement de consolidation », conclut Frédéric Boubil.

# Les Echos

## Pourquoi Carrefour n'est pas une proie si facile malgré une action déprimée

✦ Synthèse IA ✦

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des raisons qui rendent un rachat de Carrefour peu probable malgré sa faible valorisation. Protection politique, structure capitaliste, climat concurrentiel tendu et fragilités internes freinent toute tentative d'OPA sur le groupe.

✦ Synthèse IA ✦

Sous pression en Bourse, le numéro 2 de la distribution française Carrefour apparaît plus que jamais comme une cible pour un rachat. Mais « la » grande opération, à un an de la fin du deuxième mandat de son PDG Alexandre Bompard, n'est-elle pas un mirage ?



Le titre de Carrefour, dirigé par Alexandre Bompard depuis 2017, a été divisé par deux en dix ans, et a baissé de 13 % depuis le début de l'année. (Eric Tschaen/REA)

Par **Julia Lemarchand**

Publié le 1 juil. 2025 à 16:00 Mis à jour le 1 juil. 2025 à 16:15

Après la [dégringolade boursière](#) de la fin de semaine dernière conduisant le titre à ses plus bas historiques, Carrefour a bénéficié d'un petit répit lundi. Le titre a stoppé sa chute mais restait collé au plancher, tout juste sous les 12 euros, à la clôture de la Bourse. Ce qui valorise le deuxième distributeur français à 8,8 milliards d'euros. Pour un groupe de son envergure (94 milliards de chiffre d'affaires annuel), cela en fait un très bon prix pour des acheteurs potentiels.

Rappelons qu'au moment où le [canadien Couche-Tard avait tenté de mettre la main sur Carrefour](#) début 2021, le groupe dirigé par Alexandre Bompard valait en bourse 13,5 milliards d'euros. Son action, alors à 16 euros, avait été proposée à 20 euros par le pompiste québécois.

Objet de toutes les spéculations de rachat depuis cette tentative ratée de Couche-Tard, puis de celle d'Auchan, Carrefour devient une proie plus appétissante encore au fil de sa [décote boursière, talon d'Achille du groupe](#). L'action a été divisée par deux en 10 ans.

## Marché français repoussoir

Malgré ce contexte propice, l'opération d'ampleur, pourtant tant attendue, tarde à arriver. Arrivera-t-elle seulement ? Il y a bien eu le groupe belgo-néerlandais [Ahold Delhaize qui a toqué à la porte](#) fin 2024, mais les échanges auraient tourné court au bout d'un mois.

« On ne voit en tout cas aucun distributeur se précipiter sur le marché français, remarque François Digard, responsable de la recherche Actions France chez Kepler Cheuvreux. Deux explications, selon lui : d'abord, en France, où le groupe réalise la moitié de son chiffre d'affaires, la consommation tarde à reprendre des couleurs, même si les indicateurs macroéconomiques sont positifs en volume depuis avril.

### LIRE AUSSI :

[Carrefour intensifie la guerre des prix sur le marché français](#)  
[EN CHIFFRES - Consommation : une éclaircie en avril après un début d'année « très dur »](#)

Surtout, « le groupe coté ne joue pas avec les mêmes règles que ses concurrents indépendants », insiste l'analyste. E.Leclerc, Intermarché et Coopérative U, respectivement numéro 1, 3 et 4 du marché, n'ont pas de comptes à rendre au marché et aux actionnaires. Cela fait une énorme différence, surtout quand le numéro 1 décide, en 2022, dans le sillage de l'hyperinflation causée par le déclenchement de l'invasion de l'Ukraine par la Russie, de ne pas reporter l'envolée des coûts dans ses prix. La possibilité de serrer au maximum ses marges lui a permis de distancer la concurrence.

C'est bien la perspective d'une [relance de la guerre des prix](#) qui a plombé la semaine dernière le cours de Carrefour. Le déclencheur a été une note de JP Morgan anticipant une nouvelle offensive de Leclerc sur les prix, alors que l'effritement de sa part de marché se confirmait en juin. Ce qui serait un coup dur pour Carrefour, au moment où il commence à revenir dans le jeu, à la faveur des importants investissements réalisés depuis l'an dernier sur les prix, et des gains de part de marché apportés par [les magasins Cora et Match rachetés mi-2023](#).

## Faire fi du climat de défiance

L'avis de JP Morgan ne fait pas l'unanimité chez les analystes. Les derniers indicateurs macroéconomiques sont favorables au groupe dans ses trois principaux marchés que sont la France, le Brésil et l'Espagne. Mais cette note contribue au climat de défiance qui entoure Carrefour.

Si les nouvelles [allégations lundi du jeune fonds Whitelight Capital](#), cette fois sur la prétendue dette cachée du deuxième distributeur, ont laissé de marbre les marchés et les analystes, un autre départ de

feu qui couve refera surface jeudi. Ce jour-là, le tribunal de commerce de Rennes doit se prononcer sur la recevabilité de l'assignation du ministère de l'Economie sur le déséquilibre des contrats de franchise du distributeur avec ses magasins de proximité.

### **LIRE AUSSI :**

[\*\*Alexandre Bompard, une année de tous les possibles pour Carrefour\*\*](#)  
[\*\*INTERVIEW - « L'urgence de la situation nous a fait prendre des décisions rapides » : le patron d'Auchan explique son plan de relance\*\*](#)

L'été dernier, Bercy s'était joint à l'action de l'Association des franchisés de Carrefour (AFC) et avait [demandé une amende de 200 millions d'euros](#). Un fil à la patte, qui n'est probablement pas de nature à lui seul à déstabiliser le groupe ni à bloquer des velléités de rachat. Mais qui n'aide pas à habiller la mariée.

### **Risque politique**

Même très motivé, un prétendant sait en outre qu'il aura à gérer le risque politique, de surcroît si c'est un fonds, qui sera tenté de revendre le groupe par appartements. Chacun a en tête le veto de Bercy dans l'offre de rachat de Couche-Tard. Un sujet jugé alors trop sensible à l'approche de la présidentielle de 2022. Or, nous ne sommes plus si loin de 2027.

Dans ce contexte, Alexandre Bompard, à un an de la fin de son deuxième mandat, croit-il à la grande opération ? On peut en douter. Le patron, qui laisse planer le mystère sur un possible troisième mandat, doit davantage compter sur les résultats de sa [revue stratégique annoncée en février](#). Puisque les efforts d'économies (plus d'un milliard par an) et la transformation du modèle commercial davantage tourné vers les segments en croissance (la proximité et le digital) ne payent pas sur le plan boursier, il faudra vite montrer des signes du recentrage sur les activités et marchés clés.

### **LIRE AUSSI :**

[\*\*Pourquoi Carrefour vend 7 % du capital de sa foncière Carmila\*\*](#)  
[\*\*« On doit faire mieux et on fera mieux », promet le PDG de Carrefour\*\*](#)

Cela signifie lâcher des marchés européens qui lui coûtent plus qu'ils ne lui rapportent, en premier lieu l'Italie, où une banque d'affaires a été mandatée pour recueillir les « marques d'intérêt ». Toutes les activités sont passées au tamis.

L'objectif est double : rassurer les investisseurs sur la capacité du groupe à générer du cash (et des dividendes) et financer les investissements nécessaires pour continuer à gagner en compétitivité face à Leclerc. Un travail laborieux, chronophage, bien moins spectaculaire qu'une opération de consolidation, mais indispensable pour réinsuffler de la confiance. Aussi, le prochain point d'étape le 24 juillet, à l'occasion des résultats du premier semestre, est particulièrement attendu.

**Julia Lemarchand**

# Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

## Mercosur : 4 filières agricoles réitèrent leur opposition à l'Assemblée nationale

✦ Synthèse IA ✦

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la prise de position de quatre filières agricoles (viande bovine, volaille, sucre, éthanol) qui ont exprimé à l'Assemblée leur opposition ferme à l'accord Mercosur, invoquant des menaces sur la souveraineté, l'environnement et la concurrence loyale.

✦ Synthèse IA ✦

Viande bovine, volaille, céréales et betterave à sucre, ces quatre filières agricoles françaises ont fort à perdre avec l'accord UE-Mercosur et l'ont de nouveau fait savoir aux députés, demandant un geste fort d'opposition du gouvernement à Bruxelles.

Publié le 5 juin 2025 - Par [Virginie Pinson](#)



Stéphane Travert, député de la Manche et ancien ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation, a affirmé : « Cet accord ne répond plus aux exigences économiques, sociales et environnementales que l'on est en droit d'attendre d'un accord commercial. L'unanimité autour de la table renforce notre position pour exiger des clauses miroirs. »

© Intercéréales

Le **président brésilien Lula da Silva** est en visite officielle en France ce 5 juin. Hier, quatre **filières agricoles françaises** que sont INTERBEV (l'Interprofession élevage et viande), ANVOL (l'Interprofession de la volaille de chair), AIBS (l'Association Interprofessionnelle de la Betterave et du Sucre) et INTERCÉRÉALES (l'Interprofession

de la filière céréalière française) ont réitéré, à l'Assemblée nationale et avec le soutien de parlementaires, leur opposition à l'accord UE-Mercosur conclu fin 2024.

Lire aussi : Accord UE Mercosur : « les mobilisations agricoles peuvent changer la donne »

## L'accord UE-Mercosur bientôt en place ?

Plusieurs voix européennes s'élèvent pour accélérer la ratification de l'accord UE-Mercosur dans un contexte où les États-Unis ne sont plus un partenaire stable et fiable pour les exportateurs européens, notamment automobiles. Mais ces quatre filières françaises alertent sur « le coût économique sans précédent qu'impliquerait la ratification de l'accord ».

Lire aussi : Accord UE-Mercosur : les exigences de la France « anachroniques » et « inopérantes »

## Quelles sont les pertes pour les agriculteurs français dans l'accord UE-Mercosur

Interbev pointe le risque de déstabilisation du marché de l'ail, pièce la plus rémunératrice des carcasses, tandis qu'Anvol s'inquiète de l'arrivée de filets de poulet.

Lire aussi : Viande du Mercosur : « Le bœuf argentin pourrait saturer le segment premium en restauration »

Côté céréales, ce sont les produits de l'amidonnerie et de la maïserie qui menacent les productions françaises. Les **190 000 tonnes de sucre accordées au Mercosur** représentent la production annuelle d'une sucrerie française, alors que plusieurs ont déjà fermé ces dernières années, tandis que les 8,2 millions de litres d'éthanol représentent 12 % de la production européenne et l'équivalent de la production française d'alcool à partir de ses betteraves. La filière sucre française serait perdante de cet accord, qui engendrerait une concurrence massive et déloyale sur ses marchés de l'Europe du Sud.

Lire aussi : Mercosur : en volaille, pourquoi le Brexit accentue le déséquilibre ?

# Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

## Agriculture biologique : surfaces, arrêts et marché du bio en 2024 les chiffres clés de l'Agence Bio

✨ Synthèse IA ✨

[Synthèse de l'article par notre IA :](#)

L'article traite de la situation du bio en 2024 : baisse des surfaces cultivées, ralentissement du marché en GMS, mais stabilisation en magasins spécialisés. L'Agence Bio appelle à soutenir la demande pour enrayer le décrochage.

✨ Synthèse IA ✨

L'Agence Bio vient de livrer les chiffres 2024 du marché et de la production en agriculture biologique. Malgré une consommation qui semble repartir en hausse, les surfaces bio continuent de reculer. Tout savoir sur l'évolution de l'agriculture biologique en 2024.

Publié le 12 juin 2025 - Par [Nathalie Marchand](#)



L'Agence Bio se félicite d'une progression de 7,4% des achats en vente directe en 2024 pour atteindre 1,645 milliard d'euros.

© Xavier Remongin / agriculture.gouv.fr

- **Deux années difficiles pour l'agriculture biologique**
- **Baisse de 56 197 hectares des surfaces en agriculture biologique**
- **Recul de 92 541 hectares en grandes cultures bio**

- [Évolution des surfaces en agriculture biologique par production](#)
- **Recul de 2,9% des vaches laitières conduites en bio**
  - [Part de bio des cheptels 2024 \(et évolution du cheptel par rapport à 2023\)](#)
- **690 fermes en agriculture biologique ou en conversion supplémentaires**
- **6% d'arrêts de certifications biologiques**
  - [Évolution conjointe du taux d'arrêt et de nouvelles certifications d'agriculteurs bio](#)
- **Le poids de la consommation française sur l'agriculture biologique**
  - [Hausse des dépenses en bio des ménages de 0,8%](#)
  - [Les ventes bio en GMS reculent de 5,1%](#)
  - [Évolution des achats en bio pour la consommation à domicile par circuit de distribution](#)
  - [La vente directe en bio gagne 7,4%](#)
  - [Des ventes de lait bio en recul de 4,9%](#)
- **La restauration pèse 8% des débouchés de l'agriculture biologique française**

## Deux années difficiles pour l'agriculture biologique

Après deux années difficiles, l'**Agence Bio** a présenté ce 12 juin 2025 des chiffres encourageants pour la **filière biologique française** côté consommation. Du côté de la production la tendance reste toutefois à la baisse. Retour sur les principaux chiffres à retenir du bilan 2024 du **marché du bio français**.

Lire aussi : [Bio : l'Espagne devance la France sur les surfaces certifiées](#)

## Baisse de 56 197 hectares des surfaces en agriculture biologique

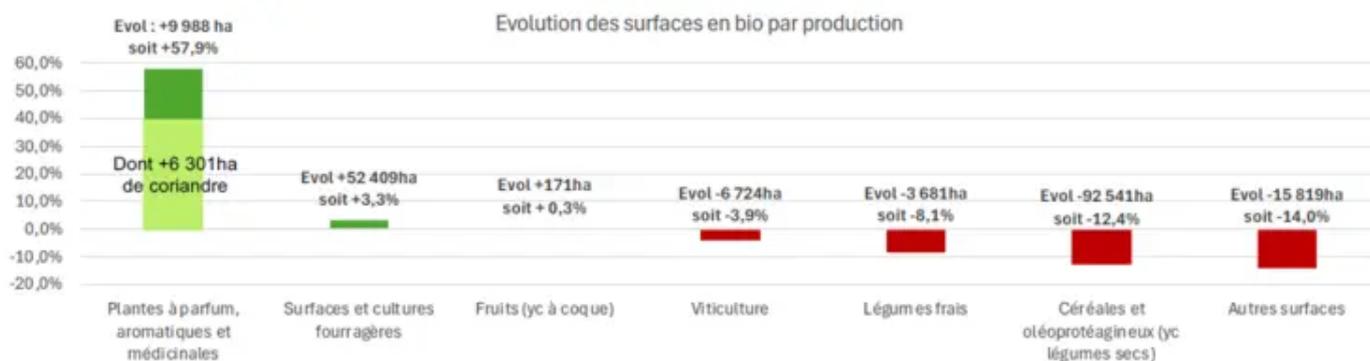
Après un recul de [54 248 hectares en 2023](#), les **surfaces agricoles conduites en agriculture biologique** ont encore reculé de 56 197 hectares en 2024 (soit une baisse de 2% en un an et de 3,9% en deux ans). La **SAU bio française** est ainsi passée à 2,711 millions d'hectares (soit 10,1% de la SAU totale), la France se faisant ainsi détrônée par l'Espagne (qui a maintenu des aides au maintien bio) sur le podium de la **production bio** en Europe.

Lire aussi : [Près de 30 000 hectares pourraient sortir de la SAU bio d'Ille-et-Vilaine d'ici 10 ans](#)

## Recul de 92 541 hectares en grandes cultures bio

Cette baisse des surfaces bio en France est essentiellement dû au recul de 92 541 hectares de **cultures de céréales et oléagineux bio** (soit -12,4% en un an), suivi d'une baisse de 3681 ha de **légumes frais bio** (-8,1%) et d'une diminution de 6724 ha de **vignes bio** (-3,9%). Des reculs de surfaces bio en partie compensées par l'augmentation de 52 409 hectares de **surfaces et cultures fourragères bio** (+3,3%) et de 9988 ha de plantes à parfum aromatiques et médicinales (soit +57,9% dont plus 6301 ha de coriandre).

## Évolution des surfaces en agriculture biologique par production



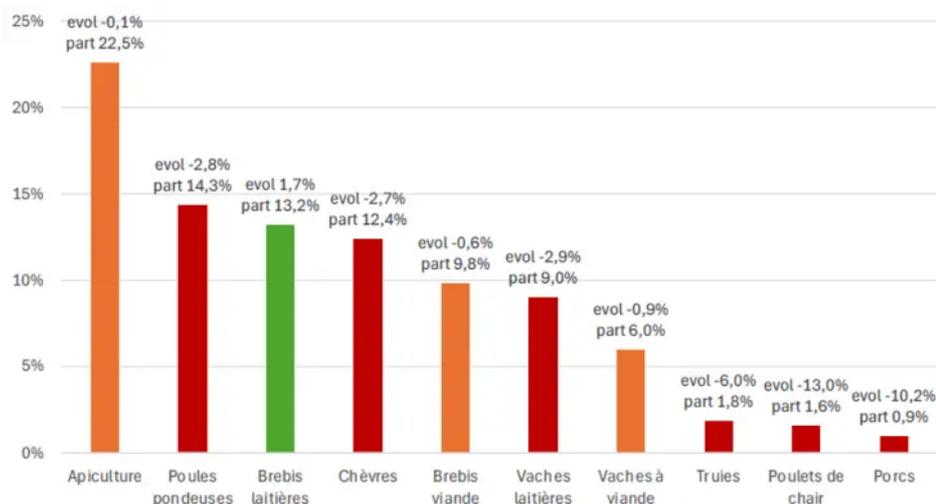
Source : Agence Bio/OC 2024

Lire aussi : [Agriculture bio : que retenir de la récolte 2024 en grandes cultures ?](#)

## Recul de 2,9% des vaches laitières conduites en bio

L'Agence Bio avance pour 2024 un recul important de la part de conduite bio au sein de toutes les productions animales à l'exception des brebis laitières (+1,7%). Les **cheptels conduits en bio** diminuent ainsi de : 2,8% en poules pondeuses, 2,9% en vaches laitières, 10,2% en porcs ou encore 13% en poulets de chair. La conversion des cheptels est également en forte baisse, évaluée par l'Agence Bio à -6% en unités gros bovin.

## Part de bio des cheptels 2024 (et évolution du cheptel par rapport à 2023)



Source : Agence Bio/OC 2024

## 690 fermes en agriculture biologique ou en conversion supplémentaires

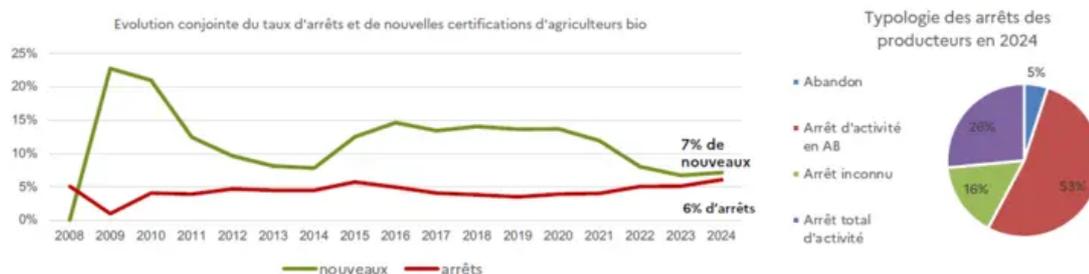
Malgré une baisse des surfaces en bio, l'Agence Bio assure que le secteur continue d'attirer avec un solde net de **producteurs bio** de +1% en 2024 soit 690 nouvelles fermes bio ou en conversion sur un total de 61 853 fermes bio (soit 14,9% des fermes françaises). A noter toutefois que cette progression est liée à l'entrée en vigueur du règlement sur le sel bio.

Lire aussi : [Quelle part de surfaces bio sur les zones de captage d'eau potable ?](#)

## 6% d'arrêts de certifications biologiques

Cette progression du solde net des **producteurs bio** cache toutefois une hausse des **arrêts de certification biologique** de 1 point sur un an pour représenter 6% (contre 7% de nouvelles **certifications bio**). Des arrêts dus pour plus de la moitié à des **déconversions** pour repasser en **conventionnel**. Le taux d'arrêt progresse particulièrement dans les grandes cultures, pour atteindre 24% en 2024 contre 19% en 2023, à comparer à 8% de nouvelles certifications dans ce secteur contre 11% en 2023.

## Évolution conjointe du taux d'arrêt et de nouvelles certifications d'agriculteurs bio



Source : Agence Bio/OC 2024

Lire aussi : [11 000 ha de bio sont repassés en conventionnel en Bourgogne-Franche-Comté en deux ans](#)

## Le poids de la consommation française sur l'agriculture biologique

### Hausse des dépenses en bio des ménages de 0,8%

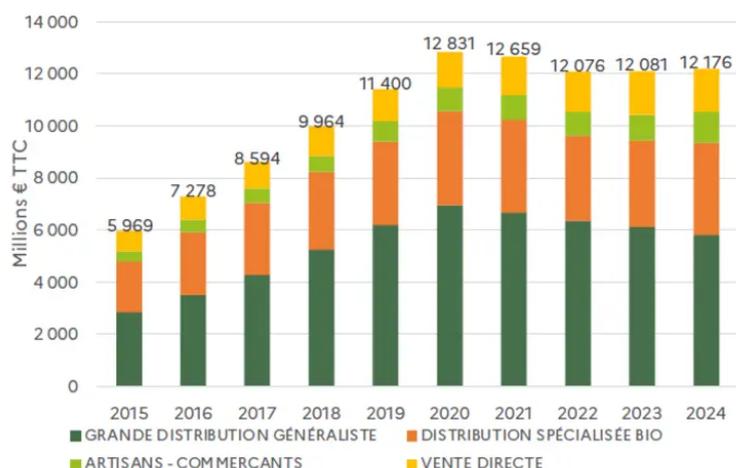
Confirmant la reprise annoncée par certains opérateurs, les **dépenses des ménages en bio** ont progressé de 0,8% en valeur en 2024 pour atteindre 12,2 milliards d'euros (soit 6% des achats des ménages français, que l'Agence Bio compare avec envie aux 11,6% des achats des ménages danois en bio).

Lire aussi : [Le bio est reparti au premier trimestre, quels sont les moteurs de croissance](#)

### Les ventes bio en GMS reculent de 5,1%

Cette évolution de la consommation masque un nouveau recul des **ventes de produits bio** de 5,1% en grande distribution à 5,807 milliards d'euros (soit 47,7% du marché du bio à domicile) alors que les **ventes en magasins bio** gagnent 6,5% -à 3,532 milliards d'euros.

## Évolution des achats en bio pour la consommation à domicile par circuit de distribution



Source : Agence Bio/OC 2024

Lire aussi : [Bio : là où l'offre revient, les ventes augmentent](#)

## La vente directe en bio gagne 7,4%

L'Agence Bio se félicite d'une progression de 7,4% des achats en **vente directe** pour atteindre 1,645 milliard d'euros. Ce circuit représente 13,5% des achats de produits bio avec 27 600 fermes qui la pratiquent.

Lire aussi : [Les Suisses, premiers consommateurs de bio au monde](#)

## Des ventes de lait bio en recul de 4,9%

L'analyse des **achats alimentaires bio** par produits montre des dynamiques contrastées avec une progression des ventes en valeur de 9% pour les **légumes bio** et de 8% des ventes de **vin bio** mais un recul de 6% des ventes de viande bio (en particulier le porc et le bœuf) et de 4,9% des ventes de **lait bio liquide**.

Lire aussi : [Lait bio : 6 % d'éleveurs en moins en 2025](#)

## La restauration pèse 8% des débouchés de l'agriculture biologique française

L'Agence bio note par ailleurs une progression de 3,3% des ventes de bio au stade de gros pour la **restauration collective** (à 501 millions d'euros) et de 7,7% pour la **restauration commerciale** (à 325 millions d'euros). L'ensemble pèse 826 millions d'euros, soit 8% des débouchés, ce qui est « *encore trop peu* », déplore Jean Verdier, président de l'Agence Bio.

Lire aussi : [Coupes budgétaires : « Annie Genevard veut-elle la peau de l'agriculture biologique ? »](#)

# Les **MARCHÉS**

Le média de l'alimentaire

## Bretagne : les filières animales ont rebondi en 2024, cela va-t-il se confirmer ?

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du redressement des filières animales en Bretagne (lait, porc, volaille) au 1er semestre 2024. Ce rebond reste fragile, tributaire des coûts de production, de la demande intérieure et des tensions géopolitiques sur les marchés.

✨ Synthèse IA ✨

Les filières animales ont connu un rebond rare en 2024. Mais cet événement conjoncturel ne devrait pas se reproduire, car la tendance de fond reste à l'érosion. Et que le maillon suivant, celui des industries agroalimentaires, reste fragile.

Publié le 18 juin 2025 - Par [Franck Jourdain](#)



Globalement, la Bretagne s'en sort mieux que d'autres régions en raison de sa faible dépendance aux grandes cultures, en souffrance l'an passé.

© Franck Jourdain

Les chiffres des **principales productions animales de la Région Bretagne** étaient en croissance l'an passé : + 1,9 % pour le lait, + 2 % pour les abattages de porcs et + 1,5 % en abattage de poulets. Des chiffres jamais vus

depuis plusieurs années. « *Le déclin de l'élevage n'est pas une fatalité* », disait à la mi-mai Olivier Carvin (chambre régionale d'agriculture de Bretagne) lors d'une visioconférence sur l'état de la ferme bretonne.

### « *Le déclin de l'élevage n'est pas une fatalité* »

Mais il semble que ce rebond ne soit qu'un feu de paille résultant de multiples facteurs, poursuit en substance l'agroéconomiste. L'an passé, l'**influenza aviaire** a moins perturbé la filière volaille et les fourrages donnés aux bovins ont été de bien meilleure qualité. La **productivité** par tête a donc progressé. Mais les **effectifs globaux en bovins** (- 2,7 % en lait, - 0,7 % en allaitant) ont continué de reculer dans une trajectoire proche des années précédentes.

Lire aussi : [L'agroalimentaire breton, un colosse aux pieds d'argile ?](#)

## Une bonne santé économique des fermes bretonnes

Il n'empêche, « *les exploitations agricoles affichent une bonne santé économique qui leur permet de soutenir la production* », ajoute Laurent Carvin. Sur les marchés, tous les feux sont au vert. Non seulement les prix sont restés soutenus en 2024 en **lait, œufs et porcs**, mais les charges se sont réduites.

Lire aussi : [Armor Œufs : « Nous avons pour objectif d'atteindre 7 millions de poules pondeuses pour 2030 »](#)

Exemple, le **prix de l'aliment industriel** porcin a reculé en un an de 11 % à 323 euros la tonne. Globalement, la Bretagne s'en sort mieux que d'autres régions en raison de sa faible dépendance aux grandes cultures, en souffrance l'an passé. La chambre régionale d'agriculture souligne également les **performances de la ferme bretonne à l'exportation** (5,5 milliards d'euros en 2024) : ses ventes sont en croissance de 4,9 % en un an essentiellement grâce aux pays tiers (45 % des exportations) et son solde commercial s'améliore.

Lire aussi : [En Bretagne, quelles filières agroalimentaires ont le plus à perdre des droits de douane des États-Unis](#)

Logiquement, le niveau de « *ces revenus a incité les exploitants à investir dans leur outil, comme l'indique le dispositif d'aides AgrilInvest* ». Au vu nombre de demandes de subventions, la Région Bretagne a même dû renforcer le dispositif en cours d'année.

## Crises sanitaires, bio en repli et IAA fragilisées, tout n'est pas rose

Cette embellie ne doit cependant pas faire oublier les menaces qui guettent. Elles sont **sanitaires (grippe aviaire en volaille, FCO et MHE en ruminant, FPA en porcin)** et sociales. S'ils représentent 52 % des effectifs agricoles bretons, l'agriculture a encore du mal à recruter des salariés. L'agriculture biologique (4 217 fermes, soit 16 % du total) fonctionne toujours au ralenti. Alors qu'il y avait entre 300 et 400 installations en bio chaque année en Bretagne, le nombre est tombé à 260 en 2024. La **production bio** a baissé aussi en raison de la déconversion de 168 fermes bio l'an passé. Autre point d'inquiétude, la fragilisation de l'industrie agroalimentaire. « *Les IAA ont subi ces dernières années l'augmentation des charges et la décapitalisation animale qui les a conduites à restructurer leur parc et à baisser leurs investissements de 12,4 % en un an* », poursuit Olivier Carvin.

Lire aussi : [L'agroalimentaire français en infographie : emplois, chiffres d'affaires, région leader](#)

# Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

## Porc : les 3 points à retenir de l'AG d'Uniporc

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des temps forts de l'assemblée générale d'Uniporc : modernisation des outils numériques de traçabilité, gouvernance renforcée et réponse aux attentes sociétales sur le bien-être animal et la transparence.

✨ Synthèse IA ✨

Sur la zone Uniporc, les abattages de porc ont diminué au cours de l'année 2024, tandis que les poids à l'abattage et la part de mâles ont continuer de progresser. Retour sur les débats engendrés par ces évolutions.

Publié le 24 juin 2025 - Par Catherine Takougang



Les représentants de l'amont et de l'aval réunit autour d'une table ronde lors de l'assemblée générale d'Uniporc et du MPF, débattent sur les évolutions de 2024 de l'activité porcine .

© Catherine Takougang

À l'occasion de son assemblée générale à Ploufragan ce 17 juin, l'association interprofessionnelle Uniporc a présenté ses résultats de 2024.

## Baisse des abattages dans la zone Uniporc en 2024

En 2024, 18,3 millions de porcs ont été abattus dans la zone Uniporc, soit un repli de 0,4 % par rapport à 2023. Ces volumes représentent 83,4 % des abattages nationaux, contre 84 % l'année précédente. Après des reculs plus marqués en 2022/2023 (-4,8 %) et en 2021/2022 (-1,1 %), l'activité semble se stabiliser.

La zone Uniporc comprenait 28 **abattoirs** en 2024, soit deux de moins par rapport à 2023. Les lignes d'abattage à Celles-sur-Belle (Deux-Sèvres), au Neubourg (Eure) et à Sablé-sur-Sarthe (Sarthe) du groupe Bigard se sont arrêtées. Tandis que l'abattoir 47 dans le Lot-et-Garonne a rejoint la zone Uniporc en 2024, et celui d'Holtzheim en Alsace du groupe Bigard l'intégrera pour 2025.

« Dans la zone Uniporc, les abattages de **porcs charcutiers** ont connu une baisse de 729 000 porcs en dix ans, ce qui reste relativement faible », indique Paul Auffray président d'Uniporc.

Lire aussi : [Porc : Bigard restructure ses outils](#)

## Les poids moyens à l'abattage progressent

En 2024, le **poids moyen des carcasses** a augmenté de 800 grammes comparés à 2023 et atteint une moyenne de 96,6 kg, soit une augmentation d'environ 0,4 % en une année. Selon Uniporc, l'augmentation du poids moyen des carcasses de porc a compensé le repli des abattages.

Depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2024, une nouvelle grille de plus-value a été mise en place, commune à l'ensemble des porcs femelles, mâles castrés et mâles entiers. Elle relève de 3 kg le cœur de gamme, qui passe de 87-99 kg à 90-102 kg. L'objectif est de recentrer la production autour de 96 kg, correspondant au poids moyen observé actuellement.

Lors d'une table ronde organisée pendant l'assemblée générale du marché du porc français (MPF), Caroline Joliff, présidente de la FNP, a déclaré que « *l'alourdissement des carcasses est un avantage pour les éleveurs, car il permet de diluer leurs charges* ».

Un point de vue nuancé par Christiane Lambert, qui alerte sur les risques en matière de qualité : « *la filière doit rester vigilante quant à la qualité du gras et au risque accru d'odeur lié à l'alourdissement des carcasses. Réfléchissons toujours aux débouchés et évitons de produire des animaux trop lourds, difficiles à valoriser.* »

*la filière doit rester vigilante quant à la qualité du gras et au risque accru d'odeur lié à l'alourdissement des carcasses. Réfléchissons toujours aux débouchés...*

## La part des mâles entiers progresse

La proportion de **mâles entiers** continue de croître et représente 47 % des porcs abattus en 2024. Selon Uniporc, cette progression permet d'expliquer, l'alourdissement du poids des carcasses.

Sur le sujet, Christiane Lambert, présidente de la Fict, souligne que « *si l'amont souhaite valoriser les carcasses de mâles entiers c'est avant tout le client qui décide, en fonction de ses attentes* ». En effet, les produits issus de mâles entiers ne posent pas de problème lorsqu'ils sont destinés à des préparations mélangées comme les rillettes ou les pâtés. En revanche, des produits non mélangés, tels que les lardons, peuvent être affectés par des odeurs fortes peu appréciées des consommateurs.

Le mâle entier pose également des difficultés aux salaisonniers, car le profil lipidique de cette viande est moins adapté à certaines fabrications, comme le saucisson sec.

Lire aussi : « L'UE a toujours produit plus de viande porcine qu'elle n'en consomme, et cela ne risque pas de changer », pour Vincent Chatellier

## TROISIEME PARTIE : L'ACTUALITE TECHNIQUE, JURIDIQUE & REGLEMENTAIRE

**l'Officiel**  
des transporteurs

# OPCO Mobilités : « Beaucoup de fraudes se sont développées dans le système de formation »

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des fraudes dans la formation professionnelle dénoncées par OPCO Mobilités. Les abus fragilisent la confiance des entreprises, qui demandent un encadrement renforcé pour garantir la qualité et la pertinence des formations.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 09.06.2025 Dernière Mise à jour : 13.06.2025 Par : Propos recueillis par Gwenaëlle Ily Lecture : 8 min.



**Isabelle Maimbourg, DG d'OPCO Mobilités.**

*Crédit photo* *Crédit photo CÉCILE DORLEANS/OPCO MOBILITÉS*

Alors que le gouvernement cherche à réduire les dépenses, OPCO Mobilités s'attache à optimiser les aides de financement pour la formation. Il s'attaque notamment à la fraude aux faux contrats de CFA (centre de formation d'apprentis). L'officiel des transporteurs a échangé avec Isabelle Maimbourg, directrice générale d'OPCO Mobilités.

## **Six ans après la création des Opérateurs de compétences, comment OPCO Mobilités se structure-t-il ? A-t-il de nouvelles compétences ?**

OPCO Mobilités, créé avec la réforme de 2018, comptait 370 collaborateurs en 2019, contre 500 aujourd'hui, répartis entre le siège et les régions. Nous avons en effet suivi une stratégie d'implantation territoriale qui s'est élargie en janvier 2023, avec un agrément pour les DROM (départements et régions d'outre-mer). En 2024, grâce à la création d'un réseau de CFA de la Mobilité, nous avons modifié l'organisation pour pouvoir proposer plus de conseil en entreprise sur les territoires, avec plus de fluidité. Nous avons plus de compétences sur le contrôle. En effet, depuis un décret de décembre 2023, nous pouvons suspendre un paiement en cas de doute.

### **Sur ce point, comment ce contrôle s'organise-t-il ?**

Beaucoup de fraudes se sont développées, dans la même veine que celles qui étaient réalisées auparavant sur les CPF (comptes personnels de formation) et qui ont été déroutées lors de l'ouverture des vannes sur les CFA. À l'époque, nous n'avions que quatre points de contrôles obligatoires qui correspondaient à la conformité de l'éligibilité. Désormais, nous nous lançons dans la détection de fraude. Pour cela, par exemple, lorsque nous avons un doute, nous avons la possibilité de ne pas verser l'acompte de 40% du montant annuel d'une formation dans le délai d'un mois après le dépôt d'un dossier par un CFA. Sans contrôle, les fraudes peuvent donc aller très vite, avec, selon les formations, un coût qui varie de 7000 à 15000€, avec une moyenne de 11000€ dans le cas de l'OPCO Mobilités. Et le nombre d'établissements pour l'apprentissage a explosé avec la libéralisation de ce mode de formation en 2018 ; on en dénombre quatre fois plus en six ans et jusqu'à dix fois plus à la Réunion...

### **Comment procédez-vous ?**

Nous avons demandé à l'État un pare-feu réglementaire supplémentaire qui nous permet de ne pas verser automatiquement le premier acompte, lorsque nous ne connaissons pas le CFA, afin de nous donner une période pour vérifier les informations. Nous avons par ailleurs d'autres points de contrôle. Certains se règlent généralement rapidement. Ce sont des cas basiques : il manque par exemple une signature ou un document n'est pas joint au dossier. Et, dans d'autres cas, il s'agit de la détection de la fraude qui peut avoir plusieurs sources. Elle peut venir de l'une des trois parties prenantes pour un dossier d'apprentissage (CFA, entreprise, apprenti), d'un autre CFA qui identifie une anomalie ou de la détection par l'un de nos salariés qui sont tous formés à la cybersécurité. Nous avons également des référents fraude en région et au siège et nous avons des partenariats pour nous guider dans les réflexes à adopter, notamment au téléphone. Des requêtes automatiques ont été mises en place, certaines par intelligence artificielle, pour percevoir des éléments qui peuvent mettre en alerte sur plusieurs critères.

## **Quels types d'éléments peuvent apparaître suspects par exemple ?**

Nous avons eu, par exemple, le cas d'un gérant qui a créé un certain nombre de CFA et un autre qui a créé des entreprises au même endroit et au même moment. Ils s'envoyaient les contrats entre eux. Une autre fois, une entreprise s'est trompée à deux ou trois reprises de numéro de Siret. De fil en aiguille, nous avons pu détecter qu'il y avait un problème. Pourtant, ces organismes sont tous certifiés Qualiopi... À Neuilly, 12 centres de CFA, qui se trouvaient dans le même bâtiment et qui se sont avérés fraudeurs, avaient tous cette certification ! En 2024, sur 41 contrôles réalisés à la suite de détections, nous avons pu éviter le paiement d'un total de 4 M€. Il s'agit donc d'un réel enjeu pour nous, que nous croisons avec celui de la totalité des financeurs des fonds de la formation.

Concernant les fonds de la formation, quelles sont les conséquences sur les aides au financement de la quête d'économies par le gouvernement ?

Sur ce sujet, une mission Igas a été lancée auprès des 11 OPCO pour chercher à optimiser les coûts des OPCO et vérifier que nos actions reflètent bien les montants déployés. Il y a également une volonté de mutualisation de certaines activités. Un premier rapport contradictoire sera envoyé en juillet puis le définitif à la rentrée de septembre. Sur les aides au financement, il peut y avoir effectivement un impact notamment sur les niveaux 6 et 7 de l'apprentissage (Bac+ 3 et +4 ; Bac +5 et plus, ndlr). Mais pas par manque d'investissement des entreprises. Le plus souvent par manque de lisibilité et de retard dans la publication des décrets d'application. La baisse drastique des financements sur les demandeurs d'emplois impacte également directement le transport routier de voyageurs et de marchandises, dont une partie importante des recrutements passe par les formations de Préparations opérationnelles à l'Emploi Collective.

## **Quelles sont les nouvelles actions déployées par OPCO Mobilités ?**

Notre offre de services s'est étayée, par exemple avec M-Transition énergétique, une plateforme de sensibilisation aux enjeux de la transition énergétique destiné aux salariés des entreprises de la mobilité. Nous travaillons par ailleurs actuellement sur les taux de rupture. Le secteur compte beaucoup de déperdition au cours des formations initiales, surtout dans les petites structures, même si son taux est plutôt bon par rapport à la moyenne tous secteurs confondus. Notre mission est de les limiter en travaillant sur les relations entre les entreprises, les organismes de formation et/ou maîtres d'apprentissage et les jeunes.

## **Quelles évolutions notez-vous sur les effectifs en apprentissage ? La baisse des aides au financements a-t-elle eu un effet sur l'attractivité de ce mode de formation ?**

Le nombre de contrats d'apprentissage était en hausse en 2024, également dans le transport routier. En revanche 2025 s'annonce plus compliqué car les entreprises manquent de visibilité, notamment sur les prises en charge. Sur le premier trimestre, nous ne sommes qu'à 14 % de contrats par rapport au nombre total réalisé en 2024. Mais l'apprentissage est concerné par plusieurs mesures qui limitent son financement. Plusieurs décrets sont en effet sortis. L'un d'eux portait sur l'aide unique de 5 000 €, destinée seulement aux petites

entreprises de moins de 50 salariés, et sur l'aide exceptionnelle, également de 5 000 €, qui s'adresse à toutes les entreprises mais qui n'est prévue que jusqu'au 31 décembre 2025. Il faudra donc défendre cette dernière pour que toutes les entreprises puissent bénéficier d'un financement.

Par ailleurs, les apprentis sont désormais exonérés de cotisations jusqu'à 50% du smic, contre 75% auparavant. Pour l'embauche d'apprentis de niveaux 6 et 7 (bac +3 et plus), un décret est dans les circuits pour instaurer un reste à charge de 750€ aux entreprises. Cette mesure est encore floue, on ne sait pas encore si ce reste à charge sera dû chaque année. Toutefois, nous avons enregistré un rebond de demandes de contrats d'apprentissage sur la première semaine du mois d'avril, grâce principalement au transport routier. Il s'agit peut-être d'une prise de conscience de la part des entreprises quant au risque de manque d'effectif lorsque l'activité repartira à la hausse. Il faudrait effectivement aujourd'hui éviter de diminuer les recrutements et profiter de cette période d'activité plus faible pour former les salariés.

### **Qu'en est-il des contrats de professionnalisation ?**

Leur nombre continue de baisser, surtout depuis la fin de leur financement en 2024. Cela met en péril les Geiq (groupement d'employeurs pour l'insertion et la qualification) qui ne sont pas ouverts à l'apprentissage.

### **Quelles sont les différentes sources de fonds de financement ?**

Nous notons une baisse structurelle des dotations d'État. Les entreprises versent tous les mois leurs contributions, dont deux majeures, l'alternance et le plan de développement des compétences. Ce dernier va directement dans les caisses de France Compétences qui répartit les fonds aux OPCO selon la composition de chacun dans les entreprises de moins de 50 salariés. Sur l'alternance, cela se fait selon le type de contrat (un contrat, un niveau de prise en charge validé par les branches), quelle que soit la taille de l'entreprise.

Sur le plan du développement des compétences, toutes les entreprises cotisent mais seules les entreprises de moins de 50 salariés en bénéficient. Nous avons des contributions volontaires qui ont apporté 120M€ à OPCO Mobilités en 2024. Les entreprises qui apportent ces financements bénéficient de services supplémentaires et y trouvent leur intérêt. Nous avons auparavant des versements via le FNE (fonds national de l'emploi) qui a beaucoup bénéficié au transport routier et qui a représenté 60 à 70 M€ en 2024. Mais cette dotation a été supprimée en 2025. Il existe également le FSE+ (fonds social européen) mais il ne représente que 7,5 M€ de fonds pour 2025.

### **Quelles actions prévoyez-vous cette année pour promouvoir les métiers du secteur ?**

Nous avons lancé une campagne de communication très large du 20 avril au 11 mai qui s'est déployée sur les réseaux sociaux, la radio ou encore la télévision et les replays, les cinémas, etc. Ce film de 20 secondes cible les jeunes et leurs parents. Nous sommes par ailleurs

investis sur le championnat des WorldSkills qui permet de mettre en challenge nos métiers. Des actions avec des influenceurs compléteront ce programme afin de toucher, encore plus efficacement, les jeunes, les décrocheurs ou les personnes en reconversion. Par ailleurs, des travaux interbranches sont réalisés pour mettre en commun et en valeur toutes les opérations réalisées par les différents acteurs (entreprises, organisations professionnelles, organismes de formation.)

### **Depuis 2021, certaines entreprises ont décidé d'ouvrir leur CFA. Quels retours d'expérience vous remontent ?**

Beaucoup d'entreprises en sont revenues. Au départ, l'ouverture d'un CFA représente un levier incroyable de recrutement et le secteur avait beaucoup de besoins à cette période. Par ailleurs, les jeunes sont directement intégrés à l'entreprise, à sa culture, ce qui est un réel atout. Mais les prises en charge étaient élevées à l'époque, avec des aides à l'embauche très intéressantes. Ce n'est plus le cas. Il y a des coûts non négligeables, comme le maintien des compétences des formateurs. Il faut aussi trouver des formateurs. Quatre ans après, certains ont donc fermé, d'autres poursuivent, mais avec un fonctionnement plus léger.

# CNR : « Les entreprises n'ont toujours pas retrouvé le chemin de la croissance en 2024 »

✨ Synthèse IA ✨

## [Synthèse de l'article par notre IA :](#)

L'article traite du bilan morose dressé par la CNR pour le TRM au premier trimestre 2024. Activité en berne, coûts en hausse, marges sous pression : les transporteurs peinent à retrouver un rythme de croissance durable.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 16.06.2025 Par : MA Lecture : 2 min.



- [trm](#)
- [cnr](#)
- [Conjoncture économique](#)

**Le Comité national routier a publié son enquête sur le TRM longue distance par les entreprises françaises en compte d'autrui, réalisée en 2024.**

Le constat du [Comité national routier, qui publie comme chaque année depuis 2000 son enquête 2024 sur le TRM longue distance](#), est sans appel : « les entreprises françaises n'ont toujours pas retrouvé le chemin de la croissance en 2024. L'indicateur de production d'un véhicule calculé par le CNR diminue de - 0,4 % entre 2023 et 2024. Le déficit d'activité par rapport à 2019, dernière année pleine avant crise covid, atteint - 8,6 % en 2024. »

## Une forte inflation

Outre ces indicateurs de croissance, le secteur a également été confronté à une forte hausse des coûts, au rang desquels la composante sociale, les coûts kilométriques et fixes des véhicules. Parmi les augmentations les plus significatives par rapport à 2023, le CNR note la rémunération des conducteurs (+ 3,6 %), les coûts de maintenance (+ 2,7 %), les dépenses d'assurances (+ 7,1 %) ou bien encore les coûts fixes de structure (+ 8,7 %).

[L'enquête du CNR en 2023 avait déjà pointé des hausses de coûts.](#)

Dans ce contexte, le CNR souligne l'optimisation qu'ont opérée les entreprises du TRM, en réduisant le taux de parcours à vide (-0,6 points), en réduisant les temps d'attente au chargement et déchargement (-3,3% par rapport à 2023). « Toutefois, l'efficacité de telles stratégies reste limitée dans le temps. En effet, ces gisements de productivité ne sont pas généralisables à toutes les opérations de transport. Les entreprises se heurtent rapidement à des contraintes organisationnelles ou géographiques », tempère l'étude.

Mais in fine, ce sont les petites entreprises de moins de 20 salariés qui sont davantage pénalisées par rapport à celles de plus de 50 salariés car leurs coûts sont plus élevés (achat matériel, assurances, etc).

## Des changements sur le long terme

L'enquête du CNR souligne également des changements en termes de productivité et de coûts : l'indicateur de production d'un véhicule diminue de 14,1 % depuis 2007 (dernière année pleine avant la crise de 2008/2009), la consommation de gazole diminue (- 8,6 % depuis dix ans), la rémunération du conducteur progresse de 30,7 % depuis 10 ans.

# Alexis Gibergues réélu président de l'OTRE

✨ Synthèse IA ✨

## Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la reconduction d'Alexis Gibergues à la présidence de l'OTRE. Il entend poursuivre le combat pour une fiscalité équitable, une reconnaissance des spécificités du TRM et une meilleure valorisation des entreprises de proximité.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 17.06.2025 Par : MA Lecture : 1 min.



**Au cours de l'assemblée générale de l'OTRE le 13 juin dernier, Alexis Gibergues a été réélu pour un second mandat à la présidence du syndicat patronal.**

Après quatre années passées à la tête de l'OTRE, [Alexis Gibergues](#) remet le couvert : le 13 juin dernier, lors de l'assemblée générale du syndicat patronal, il a été reconduit à sa présidence. Par ailleurs dirigeant des Déménagements Gibergues (Ile-de-France), il entamera un nouveau mandat avec un bureau constitué de Christophe Dicostanzo, président de l'OTRE Occitanie, réélu vice-président, Dominique Pechavy, président de l'OTRE Lot et Garonne, réélu trésorier et Clément Verdié, dirigeant de la société Verbus, élu secrétaire.

## Cinq axes

« Notre secteur stratégique fait face à des défis essentiels, tels que la transition énergétique, l'attractivité des métiers, la compétitivité économique et la défense de nos intérêts au niveau européen. Ensemble, nous continuerons à oeuvrer pour que nos entreprises restent dynamiques, résilientes et tournées vers l'avenir », a déclaré Alexis Gibergues. Il a annoncé une feuille de route articulée autour de cinq sujets : l'ancrage territorial, l'attractivité des métiers, l'équité économique, le renforcement du dialogue européen, la transition écologique et numérique.

# AG de TLF : le syndicat dénonce une surenchère réglementaire et fiscale

✦ Synthèse IA ✦

## Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'assemblée générale de TLF où les professionnels ont dénoncé la complexité croissante du cadre réglementaire et fiscal. Le syndicat appelle à une simplification urgente pour préserver la compétitivité du secteur.

✦ Synthèse IA ✦

Publié le : 02.07.2025 Par : Erick Demangeon Lecture : 3 min.



*Crédit photo Erick Demangeon*

- [trm](#)
- [union-tlf](#)

- Conjoncture économique

**Les entreprises de transport et de logistique membres de l'Union TLF se sentent bridées : c'est ce qui a été exprimé lors de l'assemblée générale de l'Union TLF le 26 juin. Dans une conjoncture économique difficile, le poids des règles et de la fiscalité est perçu par les adhérents comme un handicap, à l'heure où la profession doit relever plusieurs défis.**

Au premier trimestre, 636 défaillances ont été dénombrées dans le transport routier de marchandises (TRM). « Soit le niveau de l'an passé qui avait atteint un record avec plus de 2 200 défaillances », alerte Christophe Marques. Côté emploi, le directeur des affaires économiques de TLF constate que les transporteurs conservent leur effectif néanmoins avec un repli de « seulement » 0,4 % sur les 12 derniers mois (à fin mars). Présentés lors de l'Assemblée générale de l'Union patronale le 26 juin à Paris, ces indicateurs confirment la conjoncture difficile que traverse le TRM en France, amplifiée par la baisse de la consommation de biens.

Seule lueur d'espoir, le retournement de l'opinion des transporteurs sur le climat des affaires. « Il était positif en juin », rapporte Christophe Marques. Pour transformer cette embellie en un rebond, le président de TLF Jean-Thomas Schmitt a dressé une rapide feuille de route autour de quelques grands axes. Le premier à ses yeux est « la mise en avant et la reconnaissance du rôle essentiel de nos métiers. En termes « économiques et d'emplois », mais aussi au travers des « services rendus à toutes les filières, dans le désenclavement des territoires, » ou encore « dans l'engagement du secteur dans la transition environnementale ».

### **Stabiliser et clarifier**

L'Union TLF enjoint les pouvoirs publics et le législateur à davantage de « cohérence, de modération et de simplification réglementaires ». A l'attention du ministre des Transports Philippe Tabarot présent, son président a rappelé « la hausse de 30 % des défaillances en 2024 » et « les 150 modalités différentes » recensées dans la mise en œuvre des Zones à faibles émissions, dispositif dont la suppression a été votée à l'Assemblée nationale récemment. « Un véritable concours Lépine », lâche-t-il. Jugée « pénalisante pour les entreprises », l'instabilité juridique se vérifie aussi sur le dossier ZAN (Zéro artificialisation nette des sols) et la récente proposition législative sur l'autorisation d'exploitation commerciale pour les entrepôts de plus de 800 m<sup>2</sup>.



Jean-Thomas Schmitt, président de l'Union TLF : « Les différentes modalités de mise en œuvre des ZFE et du ZAN ressemblent à un concours Lépine ».

Crédit photo : Erick Demangeon

Avec la même sensibilité, Jean-Thomas Schmitt s'insurge contre « l'alourdissement fiscal » citant « la fin de la TICPE » et « [les projets d'écotaxe](#) ». Si les transporteurs deviennent des « collecteurs de taxes », il faut que ces dernières « soient lisibles et répercutables ». Deux conditions confirmées par Philippe Tabarot reconnaissant que « les copies ZFE et ZAN étaient à revoir » sans autres précisions.

## **CO2 : Equation financière intenable**

Pour les prochains mois, TLF s'efforcera de valoriser davantage « ses externalités positives et métiers » auprès de tous, « des pouvoirs publics, collectivités, élus et services de l'Etat » en particulier fixe son président. Le débat consacré aux enjeux du transport routier a relevé aussi ses thèmes spécifiques. A commencer par l'attractivité et l'amélioration de son image sachant que « 70 000 nouveaux conducteurs sont à recruter d'ici 2030 », selon Loïc Chavaroché, directeur RSE du groupe Sterne.

En matière de décarbonation, Philippe Cuoc, directeur général de [Jacky Perrenot](#) à la tête de 6 000 moteurs dont 20 % roulant avec des énergies alternatives, estime que « le défi n'est plus technologique ». Le principal enjeu « est le prix et la nécessité d'avoir un cadre stable et pluriannuel pour investir ». À ses yeux, les aides et obligations pesant sur chaque maillon « ne

sont pas à l'échelle » de cet enjeu. Le risque pris par les transporteurs seuls serait trop important face à des « technologies qui évoluent très vite et des prix trois fois plus cher dans le cas d'un véhicule électrique. Cela se traduit par trois fois plus de dettes. Ce n'est pas tenable pour les transporteurs ».

À confirmer dans les prochains documents de planification écologique nationaux et à Bruxelles, Philippe Tabarot se déclare « pour un mix énergétique », en plus du soutien à l'électrique, et « d'une plus grande participation des donneurs d'ordre dans le verdissement des flottes ». Quant au programme Advenir, co-finançant les bornes de recharge électriques, il est appelé à s'élargir à l'itinérance assure-t-il.

## Ouverture de la conférence sur le financement des mobilités « Ambition France Transports » : à quoi faut-il s'attendre pour la route ?

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

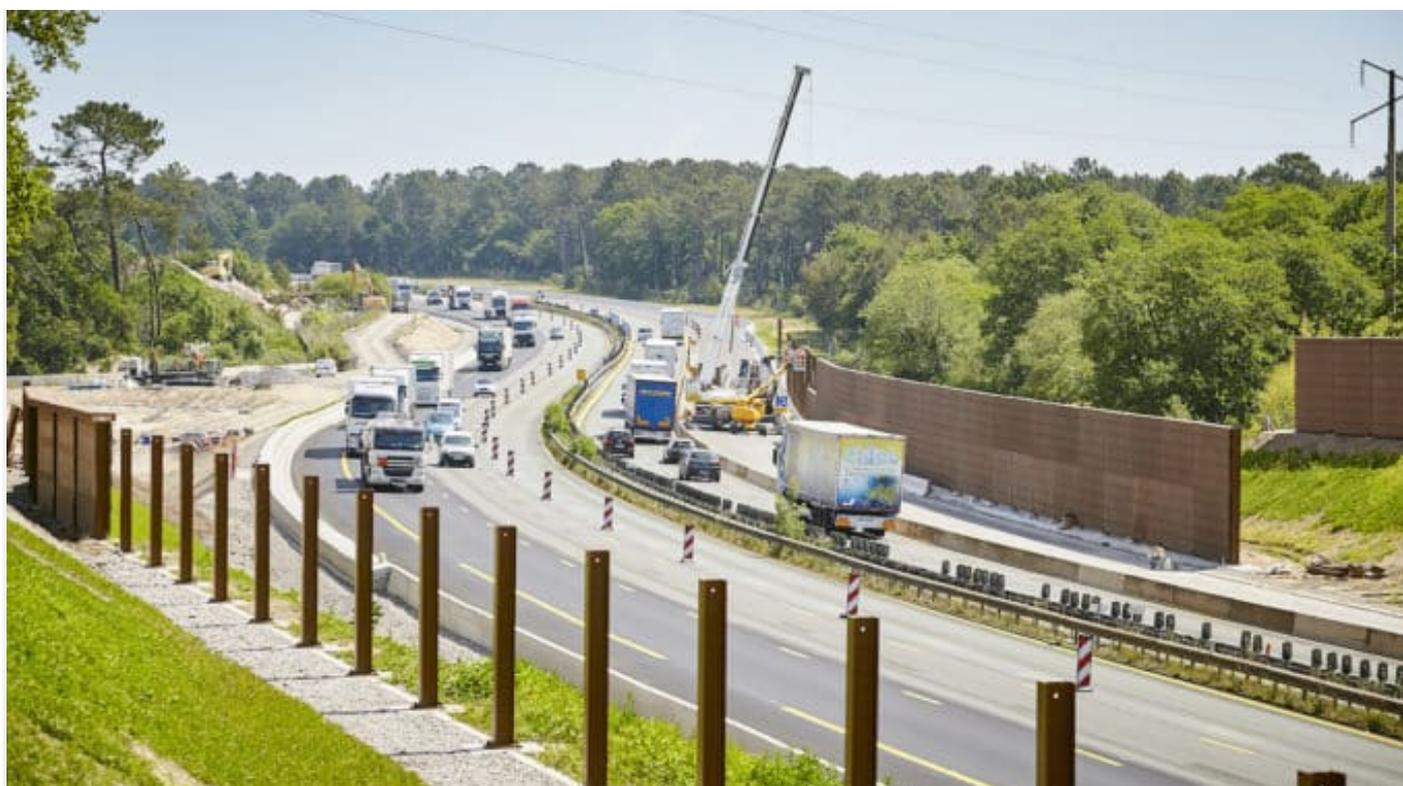
L'article traite de l'ouverture de la conférence « Ambition France Transports » et des attentes du secteur routier. Les professionnels espèrent une reconnaissance de leurs efforts et un soutien ciblé à la transition écologique.

✨ Synthèse IA ✨

---

**5 mai 2025 Marc Fressoz Politique & réglementation 0**

---



Le Premier ministre, François Bayrou, inaugure ce lundi 5 mai à Marseille, la conférence de financements des mobilités. Présidé par Dominique Bussereau et baptisé officiellement « Ambition France Transports », ce grand raout devrait s'étaler jusqu'à fin juillet.

*“Les transports ont besoin de financement pérennes. L'enjeu est simple : il nous faut, chaque année, 2 milliards d'euros sur le ferroviaire et 1,5 milliard pour les routes pour résorber la dette grise, c'est-à-dire pour ne pas avoir à payer les surcoûts de réparation a posteriori”* a indiqué Philippe Tabarot dans un entretien accordé à La Tribune.

**Une conférence de clôture fin juillet**

Pour le ministre des Transports, “toutes les solutions qui permettent d’assurer ces financements sont les bienvenues”. A commencer par l’utilisation de l’argent des péages d’autoroutes qui semble acquise, même s’il faudra attendre l’entrée en vigueur des nouveaux contrats de concession entre 2032 et 2037.

Organisée en ateliers réunissant plusieurs parties prenantes (élus, organisations patronales, ONG...), cette conférence sera rythmée par différentes journées thématiques. Le tout débouchera sur une conférence de clôture, en vue “d’une loi de programmation pluriannuelle” a souligné le ministre des Transports.

## Deux ateliers consacrés à la route

La route occupera la moitié des travaux à travers deux ateliers, l’un consacré à “*l’avenir des infrastructures routières (n°2)*”, l’autre au “*développement et verdissement du transport de marchandises*” (n°4).

Selon le ministère des Transports, les participants de cet atelier n°4 plancheront sur les “*modalités de financement des investissements nécessaires au report modal vers les modes massifiés*” avec l’idée de trouver un partage du financement entre l’Etat, le privé et les collectivités locales.

Les participants devront aussi réfléchir à des « *leviers réglementaires et fiscaux [...] pour améliorer la compétitivité du fret massifié* » et proposer un « *modèle économique pour les bornes de recharge pour poids lourds* ».

Les deux autres ateliers thématiques auront pour objet le “*développement des autorités organisatrices des transports (AOM) et des services express régionaux Métropolitains (SERM)*” (n°1) et les “*infrastructures et services ferroviaires de voyageurs*” (n°3).

Marc Fresso

Damien Pichereau, président de DP Influence : “le transport routier ne doit pas être la vache à lait de l'Etat !”

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des critiques de Damien Pichereau sur la fiscalité du TRM. Il dénonce l'acharnement fiscal sur le secteur et appelle à une refonte équilibrée des politiques publiques pour préserver les entreprises françaises.

✨ Synthèse IA ✨

---

### 13 juin 2025 Marc Fressoz Politique & réglementation 0

---



**Devenu lobbyiste, l'ancien député En Marche qui travaille désormais pour le compte d'acteurs du TRM revisite des sujets qu'il connaît bien comme les ZFE, le rétrofit, la décarbonation du transport sans oublier le programme EVE dont il défend le maintien.**

**Transport Info : Après votre mandat de député, vous avez travaillé pour une entreprise de rétrofit, REV Mobilities. Pourquoi avoir arrêté l'aventure ?**

**Damien Pichereau :** Mon rôle était de faire du lobbying pour la filière rétrofit, ce qui a débouché sur un appel à manifestation d'intérêt, et une augmentation des subventions.

Parallèlement à cela, j'ai hérité de la fonction de directeur commercial après le départ du titulaire, un retour à mes premières amours puisque j'avais débuté dans le commerce automobile. Malgré tout, j'éprouvais un manque par rapport au fait de porter des projets politiques sur des domaines différents, ce qui m'a poussé à créer mon cabinet de lobbying.

**TI : Le rétrofit a-t-il tenu toutes ses promesses à votre avis ?**

**DP :** Je ne pense pas qu'on ait surestimé ce marché. Le covid a retardé la constitution de fonds propres des entreprises et dans le même temps le prix des véhicules légers a baissé.

## **“Aujourd’hui, il n’existe pas réellement d’offres de rétrofit pour le TRM.”**

En revanche, cela fonctionne bien pour les bus et cars avec des prix compris entre 180 000 et 200 000 € pour les électriques, un tarif hyper compétitif pour des tournées quotidiennes de 200 à 300 km. Concernant le transport de marchandises, il n'existe pas réellement d'offres aujourd'hui. L'autonomie fait partie des problématiques à résoudre et la réglementation actuelle reste assez complexe.

**TI : Certains acteurs du transport et de la logistique sont tentés de faire leur rétrofit en interne, qu'en pensez-vous ?**

**DP :** J'ai eu des contacts avec des entreprises de logistique qui souhaitaient reconditionner leurs véhicules à mi-vie pour implanter une motorisation électrique. Mais faire 15, 20 ou 30 véhicules, ce n'est pas intéressant, il faut atteindre une masse critique, en avoir 100 ou 200 pour commencer à rentabiliser les coûts d'homologation et être compétitif ensuite. C'est très difficile pour une entreprise seule de le faire par elle-même.

**TI : Pour qui travaillez-vous aujourd'hui ?**

**DP :** Principalement pour des entreprises privées de tout type, des constructeurs automobiles en passant par des fédérations professionnelles mais aussi des ONG. Je traite à peu près toutes les questions y compris les questions sociales que j'ai travaillées pendant mon mandat.

## **“La question du déremboursement de la TICPE arrivera à un moment donné, mais il est primordial que les fonds supplémentaires soient fléchés pour l'acquisition de véhicules plus propres.”**

Je suis attaché au secteur du transport routier et je regrette qu'aujourd'hui il soit difficile de trouver des parlementaires et des responsables politiques qui connaissent bien le sujet. Il y a une acculturation sur le sujet à faire, c'est aussi mon rôle.

**TI : La conférence Ambition France Transports semble vouloir taxer le transport routier de marchandises, qu'en pensez-vous ?**

**DP :** Le transport routier ne doit pas être la vache à lait de l'Etat ! Toute la chaîne doit participer à l'effort pour le financement des infrastructures comme pour le verdissement. A une époque, il existait des marges relatives dans ce secteur, ce n'est plus le cas.

Cela dit, la question du déremboursement de la TICPE arrivera à un moment donné, mais il est primordial que les fonds supplémentaires soient fléchés pour l'acquisition de véhicules plus propres.

**TI : La macronie a beaucoup pointé du doigt le transport routier...**

**DP :** Le réchauffement climatique est une réalité dont on souffre de plus en plus : il apparaissait logique d'agir sur le transport, seul secteur qui ne voit pas ses émissions diminuer suffisamment. Mais, pour moi, il y a transport et transport.

## **“Si on n'aide pas le transport routier à être plus efficace et plus compétitif, cela ne sert à rien de parler de réindustrialisation.”**

Il convient de distinguer ceux qui habitent et travaillent dans une métropole et peuvent prendre le bus ou le train, et ceux qui habitent à la campagne et qu'il faut accompagner pour changer de voiture. Et puis, il y a tous ceux qui doivent être livrés. Même avec les meilleures politiques de report modal, la majorité des transports se fera toujours par la route. Si on n'aide pas le transport routier à être plus efficace et plus compétitif, cela ne sert à rien de parler de réindustrialisation.

### **TI : Que s'est-il passé pour que le Parlement arrive à vouloir supprimer les ZFE ?**

**DP :** Je pense que l'erreur a porté sur la communication. On a présenté les ZFE comme un dispositif environnemental alors qu'à la base c'est une priorité sanitaire. La ZFE est destinée à réduire les particules fines, cause de maladies respiratoires et de décès. Beaucoup d'élus locaux étaient en train d'engager une concertation avec les transporteurs pour mieux les intégrer dans le processus de mise en place...

## **“Sincèrement, je ne vois pas de solutions alternatives aux ZFE qui ont déjà été extrêmement assouplies.”**

Sincèrement, je ne vois pas de solutions alternatives aux ZFE qui ont déjà été extrêmement assouplies. Certaines villes, Brest par exemple, n'ont pas de problème de particules, et on ne leur demande pas d'en mettre en place parce qu'il n'y en a pas besoin. En revanche, Lyon ou Paris posent des problèmes. Tout va dépendre de la façon dont les élus à qui il faut faire confiance vont accompagner les gens à changer leurs usages.

### **TI : Comment voyez-vous la suite de ce dossier ?**

**DP :** Le Sénat va voter la suppression des ZFE comme l'Assemblée, mais il n'est pas impossible que le Conseil constitutionnel censure le passage de la loi sur la simplification économique, car il peut être considéré comme un cavalier législatif.

### **TI : Vous militez pour la poursuite du programme EVE qui est critiqué par la Cour des comptes. Pourquoi ?**

**DP :** On connaît les critiques sur les programmes CEE, comme celle de la Cour des comptes dont le programme EVE, applique pourtant les recommandations depuis des années. Les frais dits "de structure" permettent de proposer des outils, des formations, et un suivi technique de qualité, sans lesquels les économies de CO2 ne seraient pas au rendez-vous.

## **“Décarboner doit rimer avec compétitivité, c'est pourquoi, il faut prolonger le programme EVE.”**

Près de 4MdtCO2 ont été évités pour un investissement de 40 millions d'euros, soit 10 € la tonne évitée. Il y a sûrement moyen de faire mieux avec un peu moins d'argent, mais c'est bien moins que d'autres dispositifs où la tonne de CO2 évitée peut coûter 20 fois plus cher ! A mes yeux, décarbonation ne signifie pas obligatoirement changement de véhicule.

C'est la dernière étape et avant elle, on peut gagner énormément de CO2 avec l'écoconduite et l'optimisation des chargements notamment. Décarboner doit rimer avec compétitivité, il faut donc prolonger le programme EVE.

Marc Fresso

## Les députés approuvent le projet de loi de "simplification" : pourquoi les ZFE ne sont pas encore définitivement enterrées

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'adoption du projet de loi de simplification. Si des aménagements aux ZFE sont prévus, elles restent en vigueur, et les professionnels s'inquiètent du manque de clarté sur leur application réelle à moyen terme.

✨ Synthèse IA ✨

---

**18 juin 2025 Marc Fressoza Politique & réglementation 0**

---



**L'avenir des Zones à faibles émissions (ZFE) paraît de plus en plus compromis. Les députés viennent en effet de confirmer la disparition de ce dispositif introduit en 2019 pour réduire les émissions de particules fines.**

Mardi 17 juin, l'Assemblée nationale a, par 275 voix pour et 252 contre, voté la loi dite de "simplification" qui vise à faciliter la vie des entreprises. Le texte contient un passage introduit à l'initiative des Républicains et du Rassemblement national, avec le soutien des Insoumis destiné à régler son sort aux ZFE qu'une très grande majorité de grandes métropoles ont entrepris de déployer.

Rien n'est toutefois définitivement joué car la version de ce texte fourre-tout adopté par les députés diffère en plusieurs points de celle rédigée par les sénateurs.

## L'étape du Conseil constitutionnel à franchir

Cette divergence nécessite la tenue, pas avant la rentrée, d'une commission mixte paritaire pour aplanir les différences. En cas d'échec, la probabilité de voir le texte tomber dans les oubliettes existe.

Quand bien même la loi serait adoptée, il lui faudra ensuite franchir l'étape du Conseil constitutionnel. "Les Sages" pourraient considérer l'article sur les ZFE comme un cavalier législatif, c'est-à-dire censurable car sans lien avec le texte en question.

Une chose est sûre : les parlementaires ont jugé le dispositif pénalisant pour les détenteurs de voitures thermiques pour le raccrocher à cette loi de simplification.

Marc Fressoz



## Alléger la fiscalité du TRM : une urgence pour la compétitivité du secteur

✦ Synthèse IA ✦

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'appel des transporteurs à alléger la pression fiscale. Ils dénoncent une accumulation de taxes qui freine l'investissement et menace la survie des PME, pourtant clés pour l'économie territoriale.

✦ Synthèse IA ✦

Dans le cadre de la conférence Ambition France Transports lancée le 5 mai pour des travaux prévus jusqu'à l'été (voir [63285](#)), TLF a participé à l'atelier n°2, portant sur un enjeu majeur pour l'avenir du secteur : la nécessité de réduire la fiscalité pesant sur le Transport Routier de Marchandises (TRM), condition essentielle au rétablissement de la compétitivité de la chaîne logistique française.

Cette conférence ambitionne donc de bâtir un modèle pérenne de financement des infrastructures de mobilité en France à horizon 2040, en prenant notamment en considération le terme des concessions autoroutières entre 2031 et 2036. Membre actif, l'Union TLF porte la voix des transporteurs routiers de marchandises, des commissionnaires et des logisticiens. Elle y défend la nécessité de :

1. Mieux répartir le financement des infrastructures pour alléger les charges pesant sur les transporteurs de marchandises, en considérant leurs enjeux de compétitivité et leur contribution déjà importante à la fiscalité routière.
2. Établir un cap clair, stable et réaliste pour la décarbonation et l'intermodalité des transports de marchandises.

La note ([à consulter ici](#)) présente les raisons pour lesquelles il est urgent d'alléger la fiscalité pesant sur le transport routier de marchandises. Dans ce contexte, l'Union TLF s'oppose fermement à toute nouvelle hausse de charge qui s'imposerait sur les transporteurs français.

TLF défend par ailleurs au sein de l'atelier 4 des propositions pour encourager la décarbonation et l'intermodalité du transport de marchandises et la décarbonation du transport routier. - MF



## Interdiction du 44-tonnes transfrontalier : la position française va à l'encontre des intérêts des transporteurs

✨ Synthèse IA ✨

### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la décision française d'interdire le 44 tonnes en transfrontalier. Les transporteurs critiquent une mesure qui nuit à la compétitivité nationale et accentue les distorsions avec les pays voisins.

✨ Synthèse IA ✨

À la suite du Conseil des ministres des Transports de l'Union européenne, le ministre des Transports français, Philippe Tabarot, a réitéré l'opposition de la France à toute ouverture d'évolution de la réglementation européenne sur le 44-tonnes. Il semble craindre un effet défavorable sur l'équilibre rail-route.

Selon l'OTRE, cette position française est déconnectée des réalités du terrain, techniquement infondée et économiquement pénalisante. L'organisation patronale demande simplement l'autorisation de franchir une frontière entre deux pays limitrophes, tous deux autorisant les 44-tonnes sur leur territoire. Ce qui selon elle serait une mesure à la fois rationnelle (moins de camions) et bénéfique sur le plan environnemental (moins de CO2). Quel intérêt y a-t-il en effet à pénaliser les entreprises françaises, sans bénéfice écologique... ? – MF



# Les Echos Taxes : le transport routier s'oppose en bloc à de nouvelles hausses fiscales

✨ Synthèse IA ✨

## Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du rejet unanime des transporteurs face aux hausses fiscales envisagées. Le TRM refuse d'être le financeur unique des politiques de mobilité et appelle à une répartition plus équitable de l'effort budgétaire.

✨ Synthèse IA ✨

Le transport routier s'oppose à de nouvelles taxes, qui commencent à pointer dans le cadre de la conférence sur le financement des mobilités. Les professionnels dénoncent une fiscalité déjà conséquente, représentant 11 % des recettes routières pour seulement 6 % du trafic national réalisé par camions.



Le poids du transport routier de marchandises dans la fiscalité de la route s'élève à 11 % actuellement, pour une part de 6,1 % dans le trafic national total, selon les syndicats professionnels. (Shutterstock)

Par **Denis Fainsilber**

Publié le 26 mai 2025 à 17:12 Mis à jour le 26 mai 2025 à 17:30

Le transport routier ne veut pas financer indûment le rail : après des débuts relativement consensuels, des lignes de fracture apparaissent entre les participants aux ateliers de la conférence d'experts, qui planchent actuellement sur le financement [des transports nationaux à horizon 2040](#).

D'emblée, la SNCF a brandi ses préconisations, en demandant que l'on investisse un milliard de plus par an dans la rénovation du rail (soit 4,5 milliards annuels au bas mot) : somme dérivée notamment de la renégociation des futures concessions autoroutières, « en introduisant une fiscalité conforme aux dispositions de [l'Eurovignette](#) ». Sans oublier en sus « une contribution poids lourds qui s'appliquerait à l'ensemble du réseau routier national non concédé », sur le modèle de ce que prépare l'Alsace pour 2027 sur 200 km de routes. En clair, au nom du principe pollueur-payeur, le retour de l'écotaxe nationale, abandonnée en rase campagne, fin 2016.

## Levée de boucliers anti-taxes

Autant de suggestions qui ont fait bondir les trois organisations professionnelles coiffant le transport routier (FNTR, Union TLF et OTRE). « Le transport routier français a les marges les plus faibles d'Europe et traverse une crise sans précédent. En aucun cas les transporteurs ne peuvent supporter une charge supplémentaire », s'élèvent les organisations dans une position commune.

### LIRE AUSSI :

[DECRYPTAGE - Hausse des coûts, volumes en berne : le transport routier français pris en étau](#)

[DECRYPTAGE - Prix du CO2 : le transport routier en alerte](#)

L'Union TLF, qui représente les métiers du transport routier de marchandises, mais aussi la logistique et les commissionnaires de transports, se montre plus explicite, dans sa contribution à l'atelier consacré au financement des infrastructures routières, brandie ce lundi. « La marge moyenne sectorielle est de 2 à 3 %, parmi les plus basses de l'économie française, et le secteur souffre d'un important déficit de compétitivité par rapport à ses concurrents européens », indique sa note économique.

## Des coûts très supérieurs aux pavillons étrangers

Comme en témoignent les [défaillances d'entreprises plus nombreuses que jamais](#), les firmes françaises du transport sont au plus mal, et peu à même de subir un alourdissement fiscal. Selon les pointages du Comité national routier (CNR), les coûts complets au kilomètre du transport sont supérieurs de 38 % à celui d'un camion polonais, 50 % comparé à la Lituanie ou la Roumanie, et même de 30 % par rapport à l'Espagne. Conséquence, les camions français n'assurent plus qu'à peine 60 % des trafics intérieurs sur le réseau national, face à des concurrents « moins chers et omniprésents ».

Alors, faut-il faire payer uniquement les camions étrangers, qui traversent le pays en abîmant son réseau sans y faire de plein de carburant, comme l'a suggéré à plusieurs reprises le PDG de la SNCF, [Jean-Pierre Farandou](#) ? « La proposition de cibler uniquement les camions étrangers est juridiquement inapplicable. Le droit européen impose une égalité de traitement entre les transporteurs : en pratique, ce sont les entreprises françaises qui paieront », préviennent de concert les trois organisations patronales.

### LIRE AUSSI :

## [DECRYPTAGE - Camions électriques : cette jeune pousse chinoise qui tente de percer en Europe](#)

Autre point de vigilance, les camions sont loin d'échapper aux taxes diverses. Le poids du transport routier dans la fiscalité de la route s'élève à 11 %, « et s'avère près de deux fois supérieur à son poids dans la circulation nationale » (6,1 %, tous pavillons confondus), selon les bilans de circulation du Service de données et d'études statistiques.

Au total, le transport routier de marchandises supporte plus de 4 milliards d'euros de fiscalité spécifique par an. Outre la taxe intérieure de consommation sur les produits énergétiques (TICPE) sur les carburants, un camion dépense en moyenne 10.563 euros par an en péages, soit 6,2 % de son coût de revient total, selon le CNR, sachant que les véhicules réalisent environ 40 % de leurs trajets sur des autoroutes payantes. Autant de charges répercutées sur les clients, donc in fine sur les volumes transportés par la route, soit 89 % du total national.

### **Des alourdissements fiscaux déjà prévus**

Autre argument des professionnels du semi-remorque : « plusieurs alourdissements fiscaux sont déjà prévus sur le transport routier de marchandises. » A l'échelon européen, l'application du système d'échange de quotas d'émission pour les carburants routiers en 2027 qui devrait se traduire par un renchérissement de 10 à 20 centimes du litre de gazole. Sur le plan national, le risque répété chaque année [de la suppression progressive](#) du remboursement partiel de la TICPE.

Grâce à cette ristourne fiscale, pour l'heure de 15,7 euros par hectolitre de gazole professionnel, la France occupe en mars 2025 « seulement » le neuvième rang des pays européens par accises les plus élevées. Mais toute remise en cause du système créerait des distorsions très importantes par rapport aux autres pays du Vieux Continent, estiment les transporteurs.

**Denis Fainsilber**